

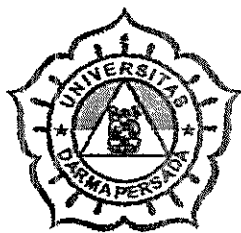
**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN PRODUK SHAMPOO
MEREK "PANTENE PRO-V" (STUDI KASUS: DI KELURAHAN
BINTARA, KECAMATAN BEKASI BARAT)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu tugas akademik dan melengkapi
sebagian dari syarat-syarat guna mencapai gelar sarjana ekonomi (S-1)
Pada jurusan Manajemen

Muhammad Husni Thamrin. Panjaitan

Nim: 02410059



FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
JAKARTA
2006

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : Muhammad Husni Thamrin, Panjaitan
NIM : 02410059
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Skripsi : Analisis perilaku konsumen produk shampoo merek *Pantene Pro-V* (studi kasus di Kelurahan Bintara, Kecamatan Bekasi Barat).

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan diujikan di hadapan Panitia
Pengujian Skripsi Sarjana pada:



Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen

Jakarta, 16 Agustus 2006

Menyetujui,

Pembimbing Materi

Firsan Nova, SE, MM)

2/9/06

(Dr. Suharto rahman)

Pembimbing Teknis

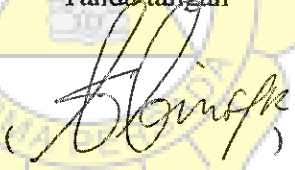


(Ir. Hanny Nurlatifah, MM)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

AMA : Muhammad Husni Thamrin. Panjaitan
IM : 02410059
kultas : Ekonomi
rusan : Manajemen
minatn : Manajemen Pemasaran
dul Skripsi : Analisis perilaku konsumen produk shampoo merek *Pantene Pro-V* (studi kasus: di Kelurahan Bintara, Kecamatan Bekasi Barat)

ripsi ini telah di periksa, di kaji dan di ujikan dihadapan panitia penguji, pada tanggal 16 Agustus tahun 2006 dengan hasil nilai: A

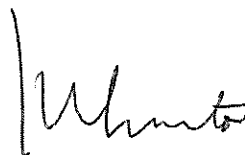
Panitia Penguji Skripsi

Nama	Jabatan	Tanda tangan
Drs. Fauzi baisyir, MM	Ketua	
Dr. Suharto rahman	Anggota	
M. Ramdan. SE, MT, MM	Anggota	

ABSTRAKSI

- (A) **Muhammad Husni Thamrin. Panjaitan (02410059)**
- (B) **Analisis Perilaku Konsumen Produk Shampoo Merek *Pantene Pro-V* (studi kasus: di Kelurahan Bintara, Kecamatan Bekasi Barat)**
- (C) **Kata Kunci:** Perilaku Konsumen
- (D) **Tujuan Penelitian :** Ingin mengetahui perilaku konsumen shampoo merek *Pantene Pro-V* di Kelurahan Bintara, Kecamatan Bekasi Barat, ingin mengetahui karakteristik konsumen produk shampoo merek *Pantene Pro-V* di Kelurahan Bintara, Kecamatan Bekasi Barat.
- Metode Penelitian :** Yang digunakan adalah metode purposive sampling dengan cara survei secara individu, metode wawancara, mewawancarai responden melalui kuesioner yang terstruktur
- Hasil Penelitian :** Sikap konsumen terhadap shampoo *Pantene Pro-V* di Kelurahan Bintara, Kecamatan Bekasi Barat tergolong mendekati baik.
- Kesimpulan :** Karakteristik demografi konsumen produk shampoo *Pantene Pro-V* di Kelurahan Bintara, Kecamatan Bekasi Barat berusia 18-25 tahun, jenis kelamin Pria, Penghasilan per-bulan kurang dari 1 (satu) juta, tingkat pendidikan SLTA. Perilaku konsumen: tempat yang biasa dikunjungi untuk mendapatkan shampoo di warung, lama penggunaan lebih dari satu (1) tahun, jumlah pembelian dalam 1(satu) bulan 1-2 botol, pelaku yang memutuskan mengkonsumsi diri sendiri, alasan menggunakan *Pantene pro-V* tertarik pada manfaat *Pantene Pro-V*.
- Saran :** PT. Procter&Gamble (P&G) harus lebih gencar lagi melakukan publikasi pada atribut manfaat dan wangi produk. Dapat mempertahankan dan meningkatkan prestasinya dalam hal ketersediaan produk.

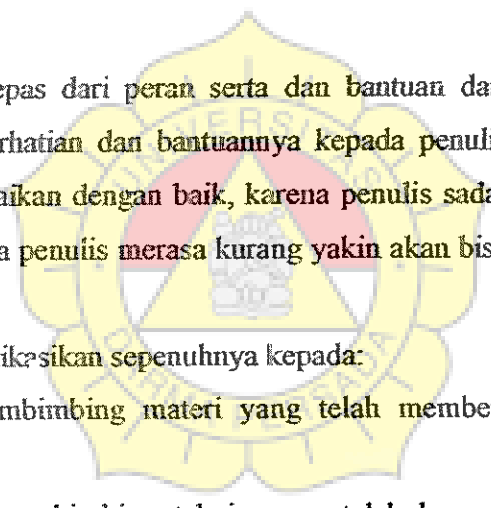
Pembimbing Materi



(Dr. Suharto Rahman)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT karena berkat rahmat dan karunianya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. walaupun penuh dengan hambatan dan cobaan.

Penulisan skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana strata-1 pada Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada. Penulisan skripsi ini mengangkat masalah perilaku konsumen dengan judul “Analisis Perilaku Konsumen Produk Shampoo Merek “*Pantene Pro-V*” (studi kasus: di Kelurahan Cintara, Kecamatan Bekasi Barat)”.


Terselesainya skripsi ini tidak lepas dari peran serta dan bantuan dari berbagai pihak yang telah mencurahkan perhatian dan bantuannya kepada penulis sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik, karena penulis sadar apabila tidak ada pihak yang membantu maka penulis merasa kurang yakin akan bisa menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Ucapan terima kasih akan penulis dedikasikan sepenuhnya kepada:

- . Bapak Dr. Suharto Rahman selaku pembimbing materi yang telah memberi petunjuk dan saran kepada penulis
- . Ibu Ir. Hanny Nurlatifah, MM selaku pembimbing teknis yang telah banyak membantu dengan penuh kesabaran dan pengertian memberikan bimbingan, petunjuk dan saran-saran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini
- . Bapak Firsan Nova, SE, MM selaku ketua jurusan manajemen yang telah memberikan motivasi dan inspirasi kepada penulis.
- . Ibu Dini Rahayu, SE selaku sekretaris jurusan manajemen Universitas Darma Persada
- . Bapak Jombrik, SE, MM selaku Dosen pembimbing akademik yang telah membantu dalam memberikan pengarahan dalam bidang akademik

- . Seluruh dosen Universitas Darma Persada yang telah menyumbangkan ilmu pengetahuannya dengan ikhlas kepada penulis.
- . Orang tua serta saudara-saudaraku tercinta yang selalu memberi do'a dan dukungannya sehingga penulis dapat menyelesaikan studinya dengan baik.
- . Bapak Kepala Desa Kelurahan Bintara, yang telah membantu memberikan data-data penduduk di Kelurahan Bintara
- . Yang tersayang Puri Trihapsari, Sip yang telah memberikan do'a, perhatian, kasih sayang dan motivasi kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan studinya dengan baik.
- . Reza Baladraf, SE dan Rifky Baladraf, SH yang telah membantu dalam menginstalasi computer dalam proses penyusunan skripsi ini
- . Tofik Hidayat , Shinta Dewi Arimbi, Eko Widiyanto terima kasih atas dukungannya kepada penulis selama ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan baik kesalahan dalam penyampaian materi maupun kesalahan teknis oleh karena itu segala koreksi akan penulis terima demi peningkatan kualitas penulisan selanjutnya.

Akhir kata dari penulis semoga penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi para pembaca pada umumnya, semoga tuhan selalu memberkati kita, Amin.

Jakarta, 2 Agustus 2006

Penulis

(Muhammad Husni Thamrin. Panjaitan)

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAKSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Perumusan Masalah	4
D. Tujuan penelitian	4
E. Manfaat Penelitian	5
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pengertian Manajemen Pemasaran	6
B. Pengertian Bauran Pemasaran	9
C. Pengertian Perilaku konsumen	10
D. Model-model Perilaku Konsumen	12

E. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	14
F. Analisis Perilaku Konsumen	21
G. Riset Perilaku Konsumen	25
H. Kerangka Skripsi	27

AB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian	29
B. Jenis dan Sumber Data	29
C. Populasi Sasaran dan Sampel	29
D. Metode Pengumpulan Data	31
E. Metode Analisis Data	31
F. Definisi Variabel Operasional	35

AB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Responden dan Lokasi Penelitian	36
B. Hasil Analisis Data	42
C. Pembahasan Hasil Analisis Data.....	42

AB V PENUTUP

A. Kesimpulan	68
B. Saran	71

AFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

1.1	Hasil penelitian mengenai kesetiaan konsumen produk shampoo, yang di dasarkan atas kesetiaan merek (kepuasan pelanggan)	3
3.1	Kategori skala likert	32
3.2	Jarak penilaian	33
4.1	Jumlah penduduk berdasarkan pemeluk agama	37
4.2	Jumlah penduduk tiap-tiap RW (rukun warga)	38
4.3	Jumlah penduduk berdasarkan pendidikan	39
4.4	Jumlah penduduk menurut golongan umur	40
4.5	Jumlah penduduk berdasarkan status perkawainan	40
4.6	Jumlah penduduk berdasarkan mata pencarian	41
4.7	Pengambilan sample sebanyak 100 responden	42
4.8	Usia responden	43
4.9	Jenis kelamin responden	44
4.10	Penghasilan respnden	44
4.11	Tingkat pendidikan	45
4.12	Status pernikahan	46
4.13	Tempat konsumen biasa membeli produk shampoo <i>Pantene Pro-V</i>	49
4.14	Lamanya konsumen menggunakan shampoo <i>Pantene Pro-V</i>	50
4.15	Kuantitas pembelian shampoo <i>Pantene Pro-V</i> dalam satu bulan.....	52
4.16	Pelaku pengambilan keputusan dalam pembelian shampoo dengan merek <i>Pantene Pro-V</i>	53
4.17	Alasan konsumen menggunakan shampoo dengan merek <i>Pantene Pro-V</i>	55
4.18	Hasil analisis aritmatik (mean) pada tingkat kepentingan (ei) atribut pada produk shampoo	56
4.19	Urutan rangking tingkat kepentingan (ei) atribut shampoo	58

.20 Hasil analisis nilai rata-rata aritmatik atau mean terhadap kepercayaan (bi) atribut pada produk shampoo dengan merek Pantene Pro-V 59

.21 Urutan rangking tingkat kepercayaan (bi) atribut shampoo dengan merek Pantene Pro-V 62

.22 Skor maksimum sikap perilaku konsumen 64

.23 Nilai sikap perilaku konsumen..... 64



DAFTAR GAMBAR

1.1	Kerangka Skripsi	28
1.1	Diagram kartesius <i>Importance Performance Analysis</i>	34
1.1	Hasil analisis diagram kartesius pada penggabungan atribut tingkat kepentingan dan persepsi konsumen.	66



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN

1. Kuesioner
2. Buku Kode
3. Data Hasil Penelitian
4. Data Validitas Hasil Penelitian
5. Foto Produk Shampoo Pantene Pro-V
6. Lembar Kegiatan Penyusunan Skripsi
7. Daftar Riwayat Hidup



BAB I

PENDAHULUAN

1 LATAR BELAKANG

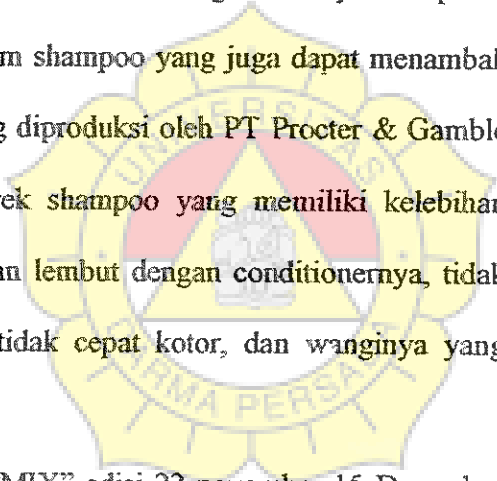
Dengan semakin meningkatnya pengetahuan dan tingkat pendidikan yang dimiliki oleh masyarakat, kesadaran akan pentingnya kesehatan dan kebersihan serta segala hal yang berkaitan dengan pemeliharaan kesehatan yang semakin meningkat pula. Ini juga berlaku untuk kesehatan dan kebersihan tubuh maupun lingkungan. Berkembangnya kesadaran masyarakat akan hidup yang sehat, ditandai dengan semakin meningkatnya upaya-upaya olah raga, pengaturan gizi dan makanan yang seimbang, cara perawatan badan, kebersihan badan, serta kebersihan lingkungan tempat tinggal.

Perawatan dan kebersihan yang dilakukan, bukan hanya terhadap tubuh, tetapi juga mencakup perawatan rambut agar tetap bersih dan sehat. Upaya perawatan rambut ini dilakukan antara lain dengan mengkonsumsi makanan yang bergizi tinggi, melakukan perawatan rambut ke salon atau yang paling mudah dan biasa dilakukan masyarakat adalah dengan cara mencuci rambut secara teratur dan benar.

Shampoo merupakan salah satu alat untuk menjaga kesehatan dan kebersihan rambut yang dibutuhkan oleh segala usia baik anak-anak, dewasa maupun orang tua.

Seiring kemajuan jaman, dan meningkatnya kesadaran masyarakat Indonesia akan perawatan kesehatan rambut, memicu meningkatnya bisnis shampoo yang hadir di Indonesia seperti *Sunslik, Clear, Pantene Pro-V, Head & shoulder, Lifebuoy, Rejoice, Emeron, Zink.*, sehingga menimbulkan persaingan yang ketat pada produk merek shampoo tersebut, dengan menawarkan produk dan fungsi yang beragam, seperti shampoo yang dapat membuat rambut semakin hitam (sebagai penghitam rambut), menghilangkan ketombe, membuat rambut menjadi nurut/lemas dengan adanya campuran conditioner dan tambahan vitamin dalam shampoo yang juga dapat menambah kesuburan rambut. *Pantene Pro-V* yang diproduksi oleh PT Procter & Gamble atau P&G merupakan salah satu merek shampoo yang memiliki kelebihan seperti membuat rambut lebih sehat dan lembut dengan conditionernya, tidak membuat rambut berminyak, rambut tidak cepat kotor, dan wanginya yang harum.

Seperti yang dikutip dari majalah "MIX" edisi 22 november-15 Desember 2005, penelitian mengenai kesetiaan konsumen produk shampoo, yang didasarkan atas kesetiaan merek (kepuasan pelanggan) pada tabel di bawah ini¹:



1. Majalah Indonesia Brand identity Summit edisi 22 november-15 Desember 2005

Tabel 1.1. Hasil penelitian mengenai kesetiaan konsumen produk shampoo, yang di dasarkan atas kesetiaan merek (kepuasan pelanggan)

<i>R</i>	<i>Brand Shampoo</i>	<i>Brand Score</i>	<i>Brand Score Level</i>
1	<i>Sunsluk</i>	4,241	<i>Outstanding brand prima level</i>
2	<i>Clear</i>	4,038	<i>Outstanding brand prima level</i>
3	<i>Pantene</i>	3,801	<i>Outstanding brand in standard level</i>
4	<i>Head & Shoulder</i>	3,711	<i>Outstanding brand in standard level</i>
5	<i>Lifebuoy</i>	3,679	<i>Outstanding brand in standard level</i>
6	<i>Rejoice</i>	3,605	<i>Acceptable brand in prima level</i>
7	<i>Emeron</i>	3,522	<i>Acceptable brand in prima level</i>
8	<i>Zink</i>	3,219	<i>Acceptable brand in standard level</i>

Dalam melakukan pemilihan terhadap barang-barang konsumsi seperti halnya shampoo, konsumen sebenarnya selalu berusaha memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Namun keputusan pembelian yang seringkali berubah karena adanya pengaruh lingkungan, seperti kelas sosial, pribadi, keluarga, situasi maupun pengaruh individual seperti motivasi, kepribadian, pengetahuan, sikap dan karakteristik demografi.

Dalam perkembangan konsep pemasaran mutakhir, konsumen ditempatkan sebagai sentral perhatian pemasaran, oleh karena itu penelitian mengenai perilaku konsumen produk shampoo merek *Pantene Pro-V* sangat penting untuk diteliti, karena industri yang bergerak di bidang shampoo khususnya perusahaan P&G dapat mengetahui apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumennya. Dengan mempelajari perilaku konsumen dalam proses konsumsi, membantu manajer dalam pengambilan keputusan mengenai kebijakan pemasaran yang tepat dan efisien.

Oleh karena keputusan konsumen seringkali dipengaruhi faktor-faktor tersebut diatas, maka seorang pemasar atau produsen perlu mengetahui dan memahami faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam pemilihan produk shampoo.

1.2 IDENTIFIKASI MASALAH

- a. Produsen berlomba-lomba mengeluarkan jenis shampoo dengan fungsi yang beragam.
- b. Persaingan yang ketat dalam Industri shampoo menyebabkan banyak bermunculan merek shampoo yang beredar di masyarakat.
- c. Banyaknya faktor-faktor yang berpengaruh dalam pemilihan jenis shampoo.

1.3 PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan identifikasi masalah, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. Bagaimana karakteristik dan perilaku konsumen shampoo merek *Pantene Pro-V* di Kelurahan Bintara, Kecamatan Bekasi Barat ?
- b. Bagaimana sikap konsumen terhadap produk shampoo merek *Pantene Pro-V* di Kelurahan Bintara, Kecamatan Bekasi Barat?

1.4 TUJUAN PENELITIAN

- a. Peneliti ingin mengetahui karakteristik dan perilaku konsumen shampoo merek *Pantene Pro-V* di Kelurahan Bintara, Kecamatan Bekasi Barat..
- b. Peneliti ingin mengetahui sikap konsumen terhadap produk shampoo *Pantene Pro-V* di Kelurahan Bintara, Kecamatan Bekasi Barat.

1.5 MANFAAT PENELITIAN

- a. Penelitian ini dapat di jadikan bahan pertimbangan dan secara teoritis dapat dijadikan bahan kegiatan dan penelitian lebih lanjut.
- b. Dapat digunakan dalam pengambilan keputusan tentang cara memenuhi keinginan konsumen terhadap produk shampoo *Pantene Pro-V*.
- c. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran yang berguna bagi PT. Procter Gamble (P&G) dalam rangka penyempurnaan pemenuhan keinginan konsumen produk shampoo *Pantene Pro-V*.

