

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN TERHADAP PRODUK
BABY DIAPERS SWEETY**

**ANALYSIS OF CONSUMER BEHAVIOUR FOR BABY DIAPERS
SWEETY PRODUCT**

Oleh
Putri Mutia Sani
2021410052

SKRIPSI

Untuk memenuhi gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Program Studi Manajemen pada
Universitas Darma Persada



**PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
JAKARTA
2026**

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN TERHADAP PRODUK
BABY DIAPERS SWEETY**

**ANALYSIS OF CONSUMER BEHAVIOUR FOR BABY DIAPERS
SWEETY PRODUCT**

Oleh

Putri Mutia Sani

2021410052

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu
Ekonomi Program Studi Manajemen pada Universitas Darma Persada

Telah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal 13 Februari 2026

Jakarta, 13 Februari 2026

Dr. Firsan Nova, S.E., M.M.

Pembimbing

Ellena Nurfazria Handayani, SE., M.M.

Penguji I

Dr. Melani Quintania, SE, M.Pd

Penguji II

Dr. Firsan Nova, S.E., M.M.

Penguji III

Dr. Sukardi, S.E., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi

Dedi Damhudi, S.E., M.M.

Ketua Program Studi

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Putri Mutia Sani
NIM : 2021410052
Jurusan/Peminatan : Manajemen/Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Produk *Baby Diapers Sweety*” yang dibimbing oleh Bapak Dr. Firsan Nova S.E.,M.M adalah benar merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan jiplakan hasil karya orang lain. Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia mempertanggung jawabkannya.

Demikian pernyataan ini saya buat sebenar-benarnya.

Jakarta, 19 Desember 2025



Putri Mutia Sani

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku konsumen terhadap produk *Baby Diapers* merek Sweety. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Konsumen popok bayi Sweety di wilayah Kota Bekasi, pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 150 orang responden yang telah menggunakan produk Sweety minimal 3 kali dalam 1 bulan terakhir. Sampel ditentukan menggunakan *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Metode analisis data menggunakan model sikap multiatribut Fishbein untuk mengukur tingkat kepercayaan (keyakinan), evaluasi kepentingan (evaluasi), dan sikap konsumen terhadap fitur, harga, kualitas, fitur, desain, dan gaya produk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelanggan memiliki kepercayaan yang relatif baik terhadap produk Sweety, tetapi penilaian terhadap beberapa fitur belum sepenuhnya memenuhi kebutuhan pelanggan. Sikap konsumen tergolong sangat positif, tetapi belum cukup kuat untuk membentuk preferensi merek yang dominan di tengah persaingan pasar. Oleh karena itu, peningkatan kinerja atribut produk yang dinilai penting serta penguatan strategi komunikasi pemasaran diperlukan untuk meningkatkan daya saing merek Sweety di pasar popok bayi.

Kata Kunci : Perilaku Konsumen, Sikap Konsumen, Model Fishbein, Atribut Produk, Sweety

ABSTRACT

This study aims to analyze consumer behavior toward Sweety brand Baby Diapers. The research employs a descriptive quantitative approach. The population consists of consumers of Sweety Baby Diapers in the Bekasi City area, with data collected through the distribution of questionnaires to 150 respondents who had used Sweety products at least three times in the past month. The sample was determined using non-probability sampling with a purposive sampling technique. Data analysis was conducted using the Fishbein multi-attribute attitude model to measure the level of beliefs, importance evaluations, and consumer attitudes toward product attributes, including price, quality, features, design, and style. The results indicate that consumers have relatively favorable beliefs regarding Sweety products; however, evaluations of several attributes have not yet fully met consumer needs. Although consumer attitudes are generally very positive, they are not yet strong enough to establish a dominant brand preference amid intense market competition. Therefore, improvements in the performance of product attributes perceived as important, along with the strengthening of marketing communication strategies, are necessary to enhance the competitiveness of the Sweety brand in the baby diaper market.

Keywords : Consumer Behavior, Consumer Attitude, Fishbein Model, Product Attributes, Sweety.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan judul **“Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Produk *Baby Diapers Sweety*”**. Skripsi merupakan salah satu syarat wajib yang harus ditempuh di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.

Penulis menyadari bahwa penyusunan Skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan kali ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat.

1. Bapak Dr. Firsan Nova, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing Skripsi saya, yang telah berkenan membimbing dan memberikan arahan selama proses penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Sukardi, S.E.,M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
3. Bapak Dedi Damhudi, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Darma Persada.
4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Darma Persada yang telah membantu saya dalam proses belajar selama perkuliahan.
5. Kedua orang tua tercinta Bapak Umar dan Ibu Een, serta Abang dan Adik-ku yang saya hormati dan sayangi, yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan kepada saya selama penyusunan skripsi ini berlangsung.

6. Sahabat penulis yaitu, Hari, Saonah, Hanifah dan Syhaf yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan kepada saya selama penyusunan skripsi ini berlangsung.
7. Kepada diri saya sendiri, Putri Mutia Sani. Apresiasi sebesar – besarnya karena tidak menyerah dalam kondisi apapun, tetap berjalan dan bertahan untuk menyelesaikan apa yang sudah dimulai.

Demikian Skripsi ini dibuat, saran dan arahan yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan demi kebaikan penulis di masa yang akan datang. Akhir kata penulis berharap semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis sendiri dan pihak – pihak yang berkepentingan serta para pembaca.

Jakarta, 19 Desember 2025

Penulis

Putri Mutia Sani

DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi, Pembatasan, dan Rumusan Masalah.....	15
1.2.1 Identifikasi Masalah	15
1.2.2 Pembatasan Masalah	15
1.2.3 Rumusan Masalah	16
1.3 Tujuan Penelitian	16
1.4 Kegunaan Penelitian.....	17
BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN	18
2.1 Landasan Teori.....	18
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	18
2.1.2 Perilaku Konsumen	27
2.1.3 Sikap Konsumen.....	35
2.1.4 Komponen Sikap	38
2.1.5 Model Sikap Multiatribut Fishbein	38
2.1.6 Atribut Produk	42

2.2. Landasan Empiris (Penelitian terdahulu)	50
2.3 Kerangka Pemikiran	54
BAB III METODE PENELITIAN	56
3.1 Metode Yang Digunakan	56
3.2 Waktu Dan Tempat Penelitian	57
3.3 Operasional Variabel.....	57
3.4 Sumber dan Cara Penentuan Data.....	62
3.4.1 Sumber Data yang Digunakan.....	62
3.4.2 Cara Penentuan Data	63
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	66
3.6 Rancangan Analisis.....	67
3.6.1 Uji Instrumen data.....	67
3.6.2 Alat Analisis Data.....	68
3.6.3 Diagram Kartesius	71
3.6.4 <i>Semantic Differential</i>	73
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	74
4.1 Gambaran Umum.....	74
4.1.1 Sejarah Singkat PT. Softex Indonesia (Kimberly-Clark Softex)	74
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	76
4.1.3 Struktur Organisasi.....	77
4.1.4 Fitur – Fitur Produk Sweety	78
4.2 Hasil Penelitian Dan Karakteristik Responden	78
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Varian Produk Sweety Yang Digunakan	78
4.2.2 Karakter Responden Berdasarkan Usia Ibu.....	79
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Anak	79
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan....	80
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Saat Ini	81
4.3 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel	81
4.3.1 Kepercayaan	82

4.3.2	Evaluasi	84
4.4	Uji Keabsahan Data.....	85
4.4.1	Uji Validitas.....	85
4.4.2	Uji Reliabilitas.....	87
4.5	Multi Atribut Fishbein.....	87
4.5.1	Rekapitulasi Perhitungan Sikap Konsumen	87
4.5.2	Harga	88
4.5.3	Kualitas Produk	89
4.5.4	Fitur	90
4.5.5	Desain.....	90
4.5.6	Gaya.....	91
4.5.7	Diagram Kartesius	93
4.5.8	<i>Semantic Differential</i>	98
4.6	Pembahasan dan Pemecah Masalah	100
BAB V	PENUTUP.....	102
5.1	Kesimpulan	102
5.2	Saran.....	103
DAFTAR PUSTAKA.....		105
LAMPIRAN.....		109

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1. 1 <i>Top Brand Index</i> (TBI) Produk Popok Bayi Di Indonesia	
Tahun 2022 -2024	5
Tabel 1.2 Data Harga Produk Sweery	7
Tabel 1.3 Data Harga Produk MamyPoko	8
Tabel 1.4 <i>Key Point Product Knowledge</i> Sweety	11
Tabel 2.1 Landasan Empiris.....	50
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	57
Tabel 3.2 Skala <i>Likert</i>	66
Tabel 3.3 Rentang Skala	67
Tabel 3.4 Klasifikasi Skala Interval Tingkat Kepentingan Evaluasi (e_i) dan Tingkat Kepercayaan (b_i).....	70
Tabel 3.5 Skala Interval Penilaian Sikap Konsumen (A_o).....	71
Tabel 4.1 Hasil Olah Data Dari Profil Responden.....	78
Tabel 4.2 Hasil Olah Data Dari Profil Responden.....	79
Tabel 4.3 Hasil Olah Data Dari Profil Responden.....	79
Tabel 4.4 Hasil Olah Data Dari Profil Responden.....	80
Tabel 4.5 Hasil Olah Data Dari Profil Responden.....	81
Tabel 4.6 Interpretasi Nilai Hasil Tanggapan Responden Untuk Kepercayaan....	82
Tabel 4.7 Interpretasi Nilai Hasil Tanggapan Responden Untuk Evaluasi.....	82
Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Kepercayaan	83
Tabel 4.9 Analisis Deskriptif Evaluasi.....	84
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Kepercayaan dan Evaluasi	85

Tabel 4.11	Hasil Uji Reliabilitas Kepercayaan dan Evaluasi	87
Tabel 4.12	<i>Range</i> Nilai Standar Sikap	87
Tabel 4.13	Skala Interpretasi Sikap Konsumen	88
Tabel 4.14	Skor Sikap Terhadap Harga	88
Tabel 4.15	Skor Sikap Terhadap Kualitas Produk	89
Tabel 4.16	Skor Sikap Terhadap Fitur	90
Tabel 4.17	Skor Sikap Terhadap Desain	90
Tabel 4.18	Skor Sikap Terhadap Gaya	91
Tabel 4.19	Skala Interpretasi Sikap Tiap Atribut	92
Tabel 4.20	Skor Sikap Total	92
Tabel 4.21	Urutan Skor Sikap	93
Tabel 4.22	Nilai Rata – Rata Evaluasi dan Kepercayaan	94
Tabel 4.23	Nilai Sikap Konsumen Pada Tiap – Tiap Atribut	98

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Data Persentase Pengeluaran Kebutuhan Responden Rumah Tangga Indonesia Berdasarkan Kategori.....	2
Gambar 1.2 10 Merek Popok yang Biasa Digunakan Konsumen (Juli 2023)	4
Gambar 1.3 Daftar Harga Produk MamyPoko.....	6
Gambar 1.4 All Varian Produk Sweety	10
Gambar 3.1 Diagram Kartesius (Menurut Rahmawati & Hartono, 2022).....	72
Gambar 4.1 Logo PT. Softex Indonesia (Kimberly-Clark softex)	74
Gambar 4.2 Garis Kontinum Sikap Konsumen Pada Tiap-Tiap Atribut	91
Gambar 4.3 Garis Kontinum Sikap Konsumen Terhadap Produk <i>Baby Diapers</i> Sweety	93
Gambar 4.4 Diagram Kartesius Hasil Kepercayaan dan Evaluasi Indikator 1-7	95
Gambar 4.5 Diagram Kartesius Hasil Kepercayaan dan Evaluasi Indikator 8-15	96
Gambar 4.6 <i>Semantic Differential</i> Hasil Kepercayaan Dan Evaluasi.....	98

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	110
Lampiran 2 Data Profil Responden	116
Lampiran 3 Tabulasi Data Hasil Kuesioner	125
Lampiran 4 Output Hasil Uji Validitas	135
Lampiran 5 Output Hasil Uji Reliabilitas.....	141
Lampiran 6 Analisis Deskriptif Kepercayaan.....	142
Lampiran 7 Analisis Deskriptif Evaluasi	147
Lampiran 8 Nilai r_{tabel}	152
Lampiran 9 Bukti Penyebaran Kuesioner Secara Offline	153
Lampiran 10 Bukti Penyebaran Kuesioner Secara Online.....	154
Lampiran 11 Jadwal Konsultasi Bimbingan Skripsi.....	156
Lampiran 12 Daftar Riwayat Hidup	157