

**ANALISIS PERBANDINGAN SIKAP KONSUMEN
TERHADAP PRODUK ROKOK SAMPOERNA DAN GUDANG
GARAM DI KECAMATAN DUREN SAWIT,
JAKARTA TIMUR**

***COMPARATIVE ANALYSIS CONSUMER ATTITUDES
TOWARD PRODUCTS OF CIGARETTE SAMPOERNA AND
GUDANG GARAM IN DUREN SAWIT SUBDISTRICT,
EAST JAKARTA***

Oleh

Feby Anita Ardistya Putri

2015410080

SKRIPSI

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



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

2019

LEMBAR PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Feby Anita Ardistya Putri

NIM : 2015410080

Jurusan : Manajemen

Peminatan : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : ANALISIS PERBANDINGAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP
PRODUK ROKOK SAMPOERNA DAN GUDANG GARAM DI
KECAMATAN DUREN SAWIT, JAKARTA TIMUR

Telah diperiksa, dan disetujui untuk dijadikan dan diujikan dalam sidang Ujian
Skripsi Sarjana tanggal, 13 Agustus 2019.

Jakarta, 13 Agustus 2019

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Menyetujui,
Pembimbing

(Dian A. Rahim SE, MSi)

(Dr. Firsan Nova)

**ANALISIS PERBANDINGAN SIKAP KONSUMEN
TERHADAP PRODUK ROKOK SAMPOERNA DAN GUDANG
GARAM DI KECAMATAN DUREN SAWIT,
JAKARTA TIMUR**

***COMPARATIVE ANALYSIS CONSUMER ATTITUDES
TOWARD PRODUCTS OF CIGARETTE SAMPOERNA AND
GUDANG GARAM IN DUREN SAWIT SUBDISTRICT,
EAST JAKARTA***

**Oleh Feby Anita Ardistya Putri 2015410080
SKRIPSI**

**Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu
Ekonomi Konsentrasi Manajemen pada Universitas Darma Persada**

Telah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal Seperti tertera dibawah ini

Jakarta, 22 Agustus 2019

**Dr. Firsan Nova
Pembimbing**

Drs. Fauzi Baisyir, MM

Ellena Nurfazria H., SE, MM

Dr. Firsan Nova

**Mu'man Nuryana, Ph. D
Dekan Fakultas Ekonomi**

**Dian A Rahim, SE., M.Si
Ketua Jurusan Manajemen**

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Feby Anita Ardistya Putri

NIM : 2015410080

Jurusan / Peminatan : Manajemen / Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul **Analisis Perbandingan Sikap Konsumen Terhadap Produk Rokok Sampoerna dan Gudang Garam di Kecamatan Duren Sawit, Jakarta Timur** yang dibimbing oleh Dr. Firsan Nova adalah benar merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan jiplakan dari hasil karya tulis orang lain. Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia mempertanggungjawabkannya. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 22 Agustus 2019

Yang Membuat Pernyataan,

Feby Anita Ardistya Putri

ABSTRACT

Name: Feby Anita Ardistya Putri, NIM:2015410080, Title:Comparative Analysis Consumer Attitudes Toward Products of Cigarette Sampoerna and Gudang Garam in Duren Sawit Subdistrict, East Jakarta, Field of Science: Marketing Management, Under Guidance: Dr. Firsan Nova

A person's attitude is an important concept in studying consumer behavior. By influencing consumer behavior, marketers can influence consumer buying behavior. Attitudes that are expressions of feelings express the likes or dislikes, likes or dislikes of a product, where the product can be in the form of goods or services. The attitude of consumers will affect their choices in buying, where someone has an attitude towards everything, for example: work, lifestyle, clothing, food, and others. The purpose of this study is to determine whether there are differences in consumer attitudes toward smokers Sampoerna and Gudang Garam. The difference in consumer attitudes is seen from the attitude attributes including Brand, Packaging, and Price. This type of research uses quantitative and descriptive research that aims to see the differences from the variables to be tested. The population of this research is the residents of the kelurahan in Duren Sawit Subdistrict, East Jakarta who have consumed Sampoerna cigarettes or Gudang Garam within the last 2 months. The author uses the Multivariate Analysis tool Fishbein, Cartesian Diagram, and Semantic Differential. The results showed that consumer attitudes, Cartesian diagrams, and Semantic Differential on Sampoerna cigarettes and Gudang Garam were not significantly different. The management of the Sampoerna and Gudang Garam cigarette companies should develop more new innovations so that consumers do not switch to other products, because there are currently many new products offered by other competitors.

Keywords: *Attributes, Fishbein Multiattributes, Cartesian Diagram, Semantic Differential*

ABSTRAK

Nama: Feby Anita Ardistya Putri, NIM: 2015410080, Judul: Analisis Perbandingan Sikap Konsumen Terhadap Produk Rokok Sampoerna dan Gudang Garam di Kecamatan Duren Sawit, Jakarta Timur, Bidang Ilmu: Manajemen Pemasaran, di bawah bimbingan: Dr. Firsan Nova

Sikap seseorang merupakan konsep penting dalam mempelajari perilaku konsumen. Dengan mempengaruhi perilaku konsumen, maka para pemasar dapat mempengaruhi perilaku pembelian konsumen. Sikap yang merupakan ekspresi perasaan menyatakan rasa suka atau tidak suka, senang atau tidak senang terhadap suatu produk, dimana produk tersebut dapat berupa barang atau jasa. Sikap konsumen akan mempengaruhi pilihannya dalam membeli, dimana seseorang mempunyai sikap terhadap segala sesuatu, misalnya: pekerjaan, gaya hidup, pakaian, makanan, dan lain-lain. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan sikap konsumen terhadap perokok Sampoerna dan Gudang Garam. Perbedaan sikap konsumen ini dilihat dari atribut-atribut sikap diantaranya adalah Merek, Kemasan, dan Harga. Jenis Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dan deskriptif yang bertujuan untuk melihat perbedaan dari variabel yang akan diuji. Populasi penelitian ini adalah warga kelurahan di Kecamatan Duren Sawit, Jakarta Timur yang sudah mengkonsumsi rokok Sampoerna atau Gudang Garam dalam kurun waktu 2 bulan terakhir. Penulis menggunakan alat Analisis Multiatribut Fishbein, Diagram Kartesius, dan *Semantic Differential*. Hasil penelitian menunjukkan sikap konsumen, Diagram Kartesius, dan *Semantic Differential* pada rokok Sampoerna dan Gudang Garam tidak berbeda signifikan. Manajemen perusahaan rokok Sampoerna dan Gudang Garam sebaiknya lebih mengembangkan inovasi baru agar konsumen tidak beralih ke

produk lainnya, karena saat ini banyak produk baru yang ditawarkan oleh kompetitor lain.

Kata Kunci: Atribut, Multiatribut Fishbein, Diagram Kartesius, *Semantic Differential*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “**Analisis Perbandingan Sikap Konsumen Terhadap Produk Rokok Sampoerna dan Gudang Garam di Kecamatan Duren Sawit, Jakarta Timur**”. Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.

Penulis menyadari bahwa sepenuhnya penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan yang disebabkan oleh terbatasnya kemampuan penulis dalam menyerap semua ilmu yang diterima. Penulis berusaha semaksimal mungkin untuk menyajikan skripsi ini kepada pembaca sehingga memberikan manfaat bagi para pembaca. Dalam proses penyelesaian skripsi ini tidak akan dapat terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada berbagai pihak, diantaranya yang terhormat :

1. Bapak Dr. Firsan Nova selaku dosen pembimbing yang telah membantu dan membimbing penulis dalam penyelesaian skripsi ini,
2. Bapak Mu'an Nuryana, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada,
3. Ibu Dian A. Rahim SE, MSi selaku Ketua Jurusan Manajemen,
4. Bapak/Ibu Dosen yang selama ini telah memberikan ilmu yang bermanfaat serta seluruh Staff Pegawai Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang telah banyak membantu penulis.

5. Untuk kedua orang tua, Bapak Noto Sunardi dan Ibu Sri Setyarti yang tidak pernah lelah untuk selalu memberikan dukungan baik itu materi, do'a dan semangat yang sangat besar, serta kedua Almarhumah kaka saya.
6. Untuk sahabat saya Evira Mashita yang telah membantu dan membimbing penulisan skripsi saya, serta teman seperjuangan Ambar, Rani, Suci, dan Andriansyah yang selalu menemani, memberikan keceriaan, semangat, dan bantuan dalam mengerjakan skripsi ini.
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.

Demikian laporan skripsi ini dibuat, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga laporan ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 22 Agustus 2019

Penulis,

Feby Anita Arditya Putri

DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRACK	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi, Pembatasan dan Rumusan Masalah	13
1.2.1 Identifikasi Masalah	13
1.2.2 Pembatasan Masalah	13
1.2.3 Rumusan Masalah	13
1.3 Jangka Waktu dan Lokasi Penelitian	14
1.4 Tujuan Penelitian	14
1.5 Manfaat Penelitian	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	
2.1 Pemasaran	16
2.2 Manajemen Pemasaran	17

2.3 Bauran Pemasaran	18
2.4 Produk	22
2.4.1 Definisi Produk	22
2.4.2 Klasifikasi Produk	23
2.5 Atribut Produk	25
2.5.1 Definisi Atribut Produk	25
2.5.2 Unsur-unsur Atribut Produk	26
2.6 Perilaku Konsumen	27
2.6.1 Definisi Perilaku Konsumen	27
2.6.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .	28
2.7 Sikap	37
2.7.1 Definisi Sikap Konsumen	37
2.7.2 Karakteristik Sikap Konsumen	38
2.7.3 Fungsi Sikap	40
2.8 Model Struktur Sikap	41
2.9 Penelitian Sebelumnya	43
2.10 Kerangka Pemikiran	50
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Metode Yang Digunakan	52
3.2 Operasional Variabel	53
3.3 Sumber dan Cara Pengumpula Data	61
7.3.1 Sumber dan Jenis Data	61
7.3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	62
7.3.3 Populasi dan Sampel	62
3.4 Teknik Pengumpulan Data	66
3.5 Alat Analisis Data	68
3.5.1 Uji Keabsahan Data	68
3.5.2 <i>The Attitude Toward Object Model</i>	70

3.5.3 Diagram Kartesius	72
3.5.4 <i>Semantic Differential</i>	74
BAB IV HASIL, PENELITIAN, PEMBAHASAN, DAN PEMECAHAN MASALAH	
4.1 Sejarah PT. HM Sampoerna Tbk	75
4.1.1 Visi dan Misi PT. HM Sampoerna Tbk	77
4.1.2 Struktur Organisasi PT. HM Sampoerna Tbk	78
4.2 Sejarah PT. Gudang Garam Tbk	80
4.2.1 Visi dan Misi PT Gudang Garam Tbk	82
4.2.2 Struktur Organisasi PT Gudang Garam Tbk	83
4.3. Hasil Penelitian	85
4.3.1 Profile Responden	85
1. Profile Responden Sampoerna	85
2. Profile Responden Gudang Garam	89
4.3.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel yang diteliti	92
1. Tanggapan Responden Terhadap Rokok Sampoerna.....	94
2. Tanggapan Responden Terhadap Rokok Gudang Garam.....	113
4.3.3 Rata-rata Per Indikator	131
1. Rata rata Indikator Produk Rokok Sampoerna	132
2. Rata rata Indikator Produk Rokok Gudang Garam	136
4.3.4 Uji Keabsahan Data	140
1. Uji Keabsahan Data Rokok Sampoerna	140
2. Uji Keabsahan Data Rokok Gudang Garam	143
4.3.5 Analisis Multiatribut Fishbein	145
1. Analisis Multiatribut Fishbein Rokok Sampoerna .	145
2. Analisis Multiatribut Fishbein Rokok Gudang Garam	151

4.3.6 Digram Kartesius	155
1. Diagram Kartesius Rokok Sampoerna	155
2. Diagram Kartesius Rokok Gudang Garam	159
4.3.7 <i>Semantic Differential</i>	162
1. <i>Semantic Differential</i> Rokok Sampoerna	162
2. <i>Semantic Differential</i> Rokok Gudang Garam	164
4.3.8 Komparatif Sikap Konsumen Rokok Sampoerna dan Gudang Garam	165
4.3.9 Komparatif <i>Semantic Differential</i> Pada Tiap Atribut Produk Rokok Sampoerna dan Gudang Garam	166
4.4 Pembahasan dan Pemecahan Masalah	167
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	169
5.2 Saran	169
DAFTAR PUSTAKA	170
LAMPIRAN	173

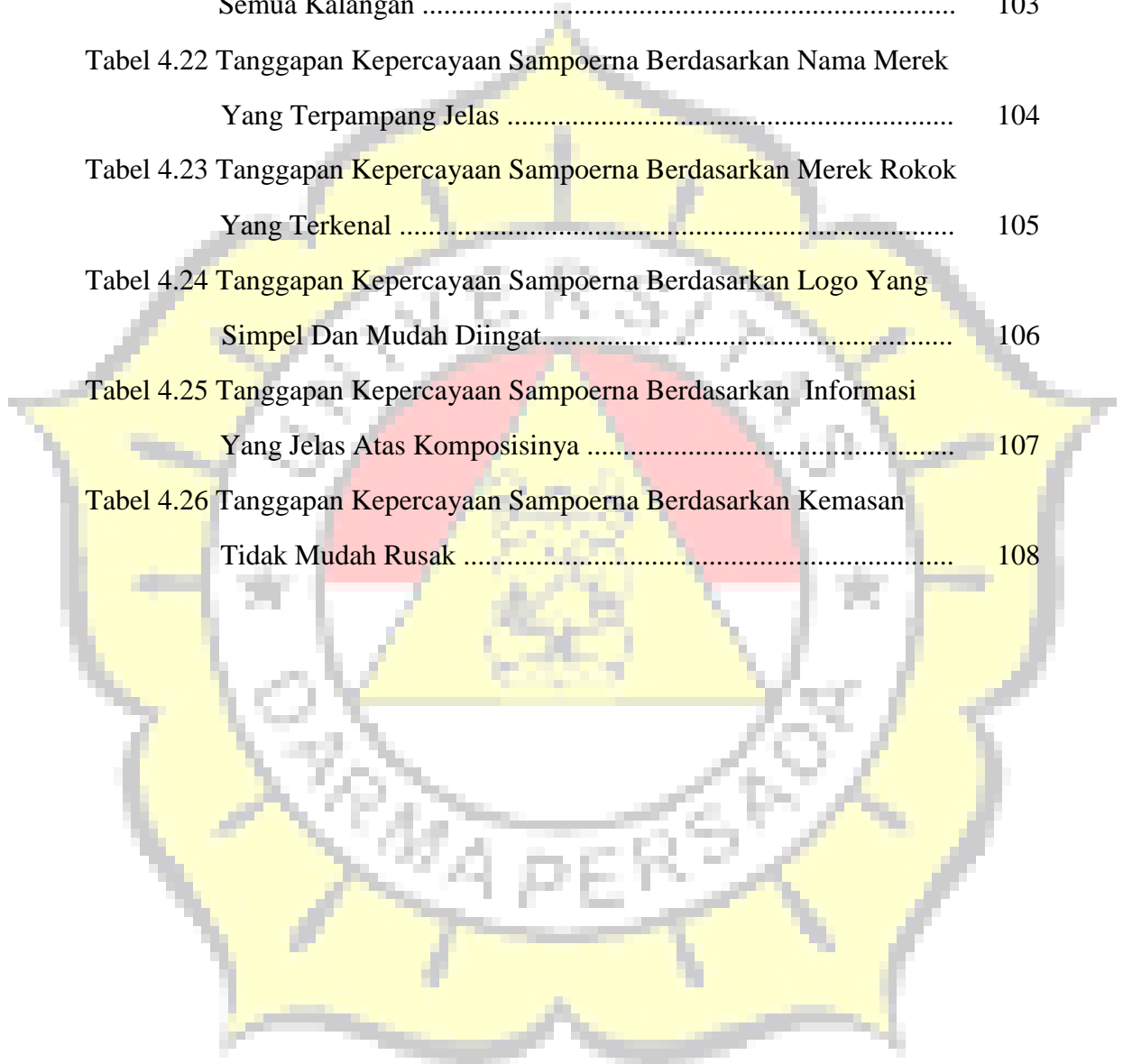


DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Persentase Merokok Pada Populasi Usia 17-25 Tahun	2
Tabel 1.2 Bagian Tubuh Yang Paling Cepat Rusak Akibat Rokok	3
Tabel 1.3 Kasus Yang Terjadi Pada Perokok.....	5
Tabel 1.4 Kinerja Produksi Industri Rokok di Indonesia	6
Tabel 1.5 Total Pendapatan Per Tahun	6
Tabel 1.6 Sikap Konsumen Terhadap Rokok Sampoerna	9
Tabel 1.7 Sikap Konsumen Terhadap Rokok Gudang Garam	10
Tabel 1.8 Komparatif Kepercayaan Atribut Sampoerna dan Gudang Garam	12
Tabel 2.1 Jurnal Penelitian Terdahulu	44
Tabel 3.1 Operational Variabel Rokok Sampoerna	54
Tabel 3.2 Operational Variabel Rokok Gudang Garam	57
Tabel 3.3 Data Kelurahan Di Kecamatan Duren Sawit	65
Tabel 3.4 Skala Likert	67
Tabel 3.5 Rentang Skala	68
Tabel 4.1 Profile Responden Sampoerna Berdasarkan Alamat	86
Tabel 4.2 Profile Responden Sampoerna Berdasarkan Usia	86

Tabel 4.3	Profile Responden Sampoerna Berdasarkan Pendidikan Terakhir.	87
Tabel 4.4	Profile Responden Sampoerna Berdasarkan Pengeluaran Perbulan	88
Tabel 4.5	Profile Responden Sampoerna Berdasarkan Status Pekerjaan. ..	88
Tabel 4.6	Profile Responden Gudang Garam Berdasarkan Alamat	89
Tabel 4.7	Profile Responden Gudang Garam Berdasarkan Usia	90
Tabel 4.8	Profile Responden Gudang Garam Berdasarkan Pendidikan Terakhir	90
Tabel 4.9	Profile Responden Gudang Garam Berdasarkan Pengeluaran Perbulan	91
Tabel 4.10	Profile Responden Gudang Garam Berdasarkan Status Pekerjaan	92
Tabel 4.11	Rentang Skala Evaluasi.....	93
Tabel 4.12	Rentang Skala Kepercayaan.....	94
Tabel 4.13	Tanggapan Evaluasi Sampoerna Berdasarkan Nama Merek Yang Terpampang jelas	95
Tabel 4.14	Tanggapan Evaluasi Sampoerna Berdasarkan Merek Rokok yang Terkenal	96
Tabel 4.15	Tanggapan Evaluasi Sampoerna Berdasarkan Logo Yang Sempel Dan Mudah Diingat.....	97
Tabel 4.16	Tanggapan Evaluasi Sampoerna Berdasarkan Terdapat Informasi Yang Jelas Atas Komposisinya	98
Tabel 4.17	Tanggapan Evaluasi Sampoerna Berdasarkan Kemasan Tidak Mudah Rusak.....	99
Tabel 4.18	Tanggapan Evaluasi Sampoerna Berdasarkan Kemasan terdapat larangan bahaya merokok.....	100
Tabel 4.19	Tanggapan Evaluasi Sampoerna Berdasarkan Harga Sesuai	

Dengan Kualitas Rasa	101
Tabel 4.20 Tanggapan Evaluasi Sampoerna Berdasarkan Harga Bersaing	
Dengan Produk Sejenis	102
Tabel 4.21 Tanggapan Evaluasi Sampoerna Berdasarkan Harga Masuk Di	
Semua Kalangan	103
Tabel 4.22 Tanggapan Kepercayaan Sampoerna Berdasarkan Nama Merek	
Yang Terpampang Jelas	104
Tabel 4.23 Tanggapan Kepercayaan Sampoerna Berdasarkan Merek Rokok	
Yang Terkenal	105
Tabel 4.24 Tanggapan Kepercayaan Sampoerna Berdasarkan Logo Yang	
Simpel Dan Mudah Diingat.....	106
Tabel 4.25 Tanggapan Kepercayaan Sampoerna Berdasarkan Informasi	
Yang Jelas Atas Komposisinya	107
Tabel 4.26 Tanggapan Kepercayaan Sampoerna Berdasarkan Kemasan	
Tidak Mudah Rusak	108

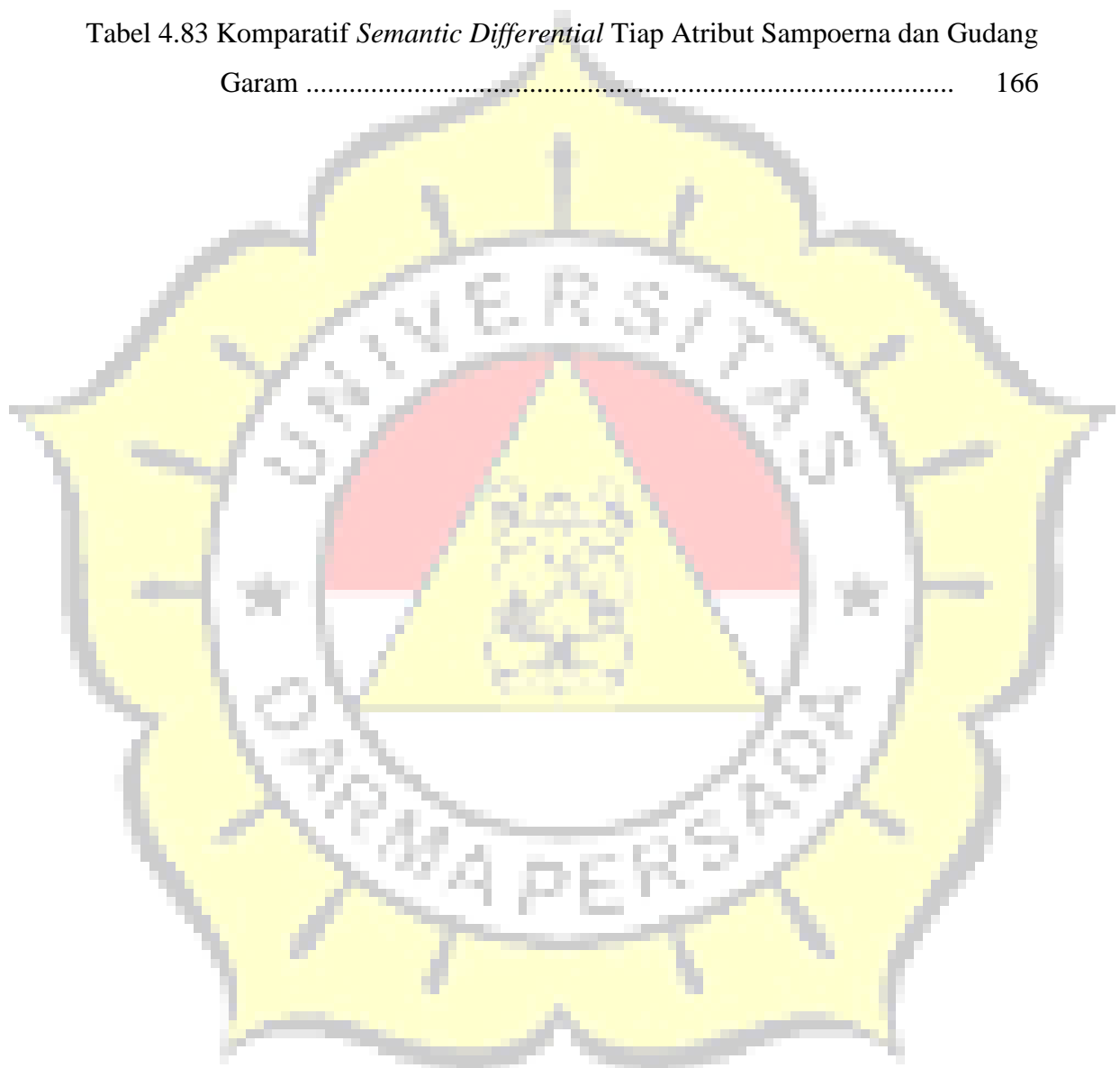


Tabel 4.27 Tanggapan Kepercayaan Sampoerna Berdasarkan Kemasan Terdapat Larangan Bahaya Merokok	109
Tabel 4.28 Tanggapan Kepercayaan Sampoerna Berdasarkan Harga Sesuai Dengan Kualitas Rasa	110
Tabel 4.29 Tanggapan Kepercayaan Sampoerna Berdasarkan Harga Bersaing Dengan Produk Sejenis	111
Tabel 4.30 Tanggapan Kepercayaan Sampoerna Berdasarkan Harga Masuk Disemua Kalangan	112
Tabel 4.31 Tanggapan Evaluasi Gudang Garam Berdasarkan Nama Merek Yang Terpampang Jelas	113
Tabel 4.32 Tanggapan Evaluasi Gudang Garam Berdasarkan Merek Rokok Yang Terkenal	114
Tabel 4.33 Tanggapan Evaluasi Gudang Garam Berdasarkan Logo Yang Sempel Dan Mudah Diingat.....	115
Tabel 4.34 Tanggapan Evaluasi Gudang Garam Berdasarkan Terdapat Informasi Yang Jelas Atas Komposisinya	116
Tabel 4.35 Tanggapan Evaluasi Gudang Garam Berdasarkan Kemasan Tidak Mudah Rusak	117
Tabel 4.36 Tanggapan Evaluasi Gudang Garam Berdasarkan Kemasan Terdapat Larangan Bahaya Merokok	118
Tabel 4.37 Tanggapan Evaluasi Gudang Garam Berdasarkan Harga Sesuai Dengan Kualitas Rasa	119
Tabel 4.38 Tanggapan Evaluasi Gudang Garam Berdasarkan Harga Bersaing Dengan Produk Sejenis	120
Tabel 4.39 Tanggapan Evaluasi Gudang Garam Berdasarkan Harga Masuk	

Di Semua Kalangan	121
Tabel 4.40 Tanggapan Kepercayaan Gudang Garam Berdasarkan Nama Merek Yang Terpampang Jelas	122
Tabel 4.41 Tanggapan Kepercayaan Gudang Garam Berdasarkan Merek Rokok Yang Terkenal	123
Tabel 4.42 Tanggapan Kepercayaan Gudang Garam Berdasarkan Logo Yang Sempel Dan Mudah Diingat	124
Tabel 4.43 Tanggapan Kepercayaan Gudang Garam, Terdapat informasi yang jelas atas komposisinya	125
Tabel 4.44 Tanggapan Kepercayaan Gudang Garam Berdasarkan Kemasan Tidak Mudah Rusak	126
Tabel 4.45 Tanggapan Kepercayaan Gudang Garam Berdasarkan Kemasan Terdapat Larangan Bahaya Merokok	127
Tabel 4.46 Tanggapan Kepercayaan Gudang Garam Berdasarkan Harga Sesuai Dengan Kualitas Rasa	128
Tabel 4.47 Tanggapan Kepercayaan Gudang Garam Berdasarkan Harga Bersaing Dengan Produk Sejenis	129
Tabel 4.48 Tanggapan Kepercayaan Gudang Garam Berdasarkan Harga Masuk Disemua Kalangan	130
Tabel 4.49 Rentang Skala Evaluasi	131
Tabel 4.50 Rentang Skala Kepercayaan.....	131
Tabel 4.51 Rata-rata Indikator Evaluasi Rokok Sampoerna	132
Tabel 4.52 Urutan Evaluasi Tertinggi Rokok Sampoerna	133
Tabel 4.53 Rata-rata Indikator Kepercayaan Rokok Sampoerna	134
Tabel 4.54 Urutan Kepercayaan Tertinggi Rokok Sampoerna	135

Tabel 4.55 Rata-rata Indikator Evaluasi Rokok Gudang Garam	136
Tabel 4.56 Urutan Evaluasi Tertinggi Rokok Gudang Garam	137
Tabel 4.57 Rata-rata Indikator Kepercayaan Rokok Gudang Garam	138
Tabel 4.58 Urutan Kepercayaan Tertinggi Rokok Gudang Garam.....	139
Tabel 4.59 Uji Validitas Rokok Sampoerna	141
Tabel 4.60 Uji Reabilitas Evaluasi Rokok Sampoerna	142
Tabel 4.61 Uji Reabilitas Kepercayaan Rokok Sampoerna	142
Tabel 4.62 Uji Validitas Rokok Gudang Garam	143
Tabel 4.63 Uji Reabilitas Evaluasi Rokok Gudang Garam.....	144
Tabel 4.64 Uji Reabilitas Kepercayaan Rokok Gudang Garam	145
Tabel 4.65 <i>Range</i> standar nilai sikap	145
Tabel 4.66 Skala Intrepretasi Sikap Konsumen Rokok Sampoerna	146
Tabel 4.67 Skor Sikap Terhadap Merek Produk Rokok Sampoerna	147
Tabel 4.68 Skor Sikap Terhadap Kemasan Produk Rokok Sampoerna	147
Tabel 4.69 Skor Sikap Terhadap Harga Produk Rokok Sampoerna	148
Tabel 4.70 Skala Intrepretasi Sikap Tiap Atribut Rokok Sampoerna	149
Tabel 4.71 Skor Sikap Total Rokok Sampoerna	149
Tabel 4.72 Urutan Skor Sikap Rokok Sampoerna	150
Tabel 4.73 Skala Intrepretasi Sikap Konsumen Rokok Gudang Garam	151
Tabel 4.74 Skor Sikap Terhadap Merek Produk Rokok Gudang Garam	151
Tabel 4.75 Skor Sikap Terhadap Kemasan Produk Rokok Gudang Garam ..	152
Tabel 4.76 Skor Sikap Terhadap Harga Produk Rokok Gudang Garam	153
Tabel 4.77 Skala Intrepretasi Sikap Tiap Atribut Rokok Gudang Garam	154
Tabel 4.78 Skor Sikap Total Rokok Gudang Garam	154
Tabel 4.79 Urutan Skor Sikap Rokok Gudang Garam	155

Tabel 4.80 Nilai Rataan Evaluasi dan Kepercayaan Rokok Sampoerna	156
Tabel 4.81 Nilai Rataan Evaluasi dan Kepercayaan Rokok Gudang Garam .	159
Tabel 4.82 Komparatif Sikap Konsumen Sampoerna dan Gudang Garam ...	166
Tabel 4.83 Komparatif <i>Semantic Differential</i> Tiap Atribut Sampoerna dan Gudang Garam	166



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	50
Gambar 3.2 Diagram Kartesius	73
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. HM Sampoerna Tbk	79
Gambar 4.2 Struktur Organisasi PT. Gudang Garam Tbk	84
Gambar 4.3 Garis Kontinum Sikap Konsumen Pada Tiap Atribut Produk Rokok Sampoerna	148
Gambar 4.4 Garis Kontinum Skor Sikap Konsumen Terhadap Produk Rokok Sampoerna	150
Gambar 4.5 Garis Kontinum Sikap Konsumen Pada Tiap Atribut Rokok Gudang Garam	153
Gambar 4.6 Garis Kontinum Sikap Konsumen Terhadap Produk Rokok Gudang Garam	154
Gambar 4.7 Diagram Kartesius Hasil Kepercayaan dan Evaluasi Indikator Sampoerna	157
Gambar 4.8 Diagram Kartesius Hasil Kepercayaan dan Evaluasi Indikator Gudang Garam	160
Gambar 4.9 Perbandingan Antara Evaluasi dan Kepercayaan Rokok Sampoerna	163
Gambar 4.10 Perbandingan Antara Evaluasi dan Kepercayaan Rokok Gudang Garam	164
Gambar 4.11 Komparatif <i>Semantic</i> Sampoerna dan Gudang Garam	167

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran 1 Pra Kuesioner Sikap Konsumen Terhadap Produk Rokok Sampoerna	177
Lampiran 2 Data Responden Pra Kuesioner Sikap Konsumen Terhadap Produk Rokok Sampoerna	179
Lampiran 3 Tabulasi Pra Kuesioner Sikap Konsumen Terhadap Produk Rokok Sampoerna	180
Lampiran 4 Pra Kuesioner Sikap Konsumen Terhadap Produk Rokok Gudang Garam	171
Lampiran 5 Data Responden Pra Kuesioner Sikap Konsumen Terhadap Produk Rokok Gudang Garam	183
Lampiran 6 Tabulasi Pra Kuesioner Sikap Konsumen Terhadap Produk Rokok Gudang Garam	184
Lampiran 7 Kuesioner Penelitian Rokok Sampoerna	185
Lampiran 8 Data Responden Kuesioner Penelitian Rokok Sampoerna	189
Lampiran 9 Tabulasi Data Evaluasi Sampoerna	191
Lampiran 10 Tabulasi Data Kepercayaan Sampoerna	194
Lampiran 11 Kuesioner Penelitian Rokok Gudang Garam.....	197
Lampiran 12 Data Responden Kuesioner Penelitian Rokok Gudang Garam	201
Lampiran 13 Tabulasi Data Evaluasi Gudang Garam	203
Lampiran 14 Tabulasi Data Kepercayaan Gudang Garam	204
Lampiran 15 Uji Reliabilitas Sampoerna dan Gudang Garam	205
Lampiran 16 Nilai-nilai <i>Product Moment</i>	206
Lampiran 17 Catatan Kegiatan Konsultasi	207
Lampiran 18 Daftar Riwayat Hidup	208