

**ANALISIS SIKAP KONSUMEN AKAN CITRA MEREK &
KUALITAS PRODUK PADA KOPI SACHET INDOCAFE
(Studi Kasus pada Masyarakat pengkonsumsi Kopi Sachet
Indocafe di Kota Jakarta Timur)**

***ANALYSIS OF CONSUMER ATTITUDE ON BRAND IMAGE
AND PRODUCT QUALITY OF INDOCAFE COFFEE SACHETS
(Survey on people who consume Indocafe Sachet Coffee in East
Jakarta City)***

Disusun Oleh:

ADAM WISNU SEFRIANTO

2017410018

SKRIPSI



**PROGRAM SARJANA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
JAKARTA
2021**

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Adam Wisnu Sefrianto

Nim : 2017410018

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“Analisis Sikap Konsumen Akan Citra Merek dan Kualitas Produk Pada Kopi Sachet Indocafe Studi Kasus Pada Masyarakat Pengkonsumsi Kopi Sachet Indocafe di Kota Jakarta Timur”** yang di bimbing oleh Ellena Nurfazria H., SE, MM 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 mempertanggung jawabkannya.

Demikian Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 11 Agustus 2021



Adam Wisnu Sefrianto

**ANALISIS SIKAP KONSUMEN AKAN CITRA MEREK & KUALITAS
PRODUK PADA KOPI SACHET INDOCAFE**

**(Studi Kasus pada Masyarakat pengkonsumsi Kopi Sachet Indocafe di Kota
Jakarta Timur)**

**ANALYSIS OF CONSUMER ATTITUDE ON BRAND IMAGE AND
PRODUCT QUALITY OF INDOCAFE COFFEE SACHETS**

**(Survey on community who consume Indocafe Sachet Coffee in East Jakarta
City)**

Disusun Oleh:

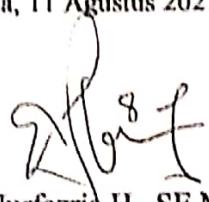
**ADAM WISNU SEFRIANTO
2017410018**

SKRIPSI

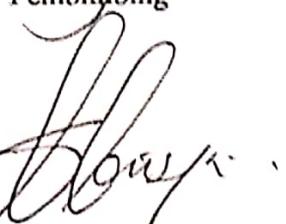
Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu
Ekonomi Program Studi Manajemen pada Universitas Darma Persada

Telah disetujui oleh Tim Penguji pada:

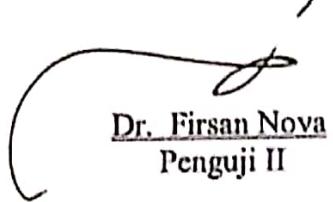
Jakarta, 11 Agustus 2021

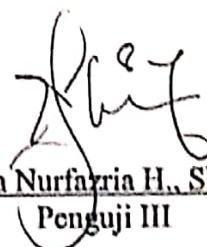

Ellena Nurfaizria H., SE, MM

Pembimbing

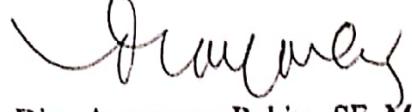

Drs. Fauzi Baisyir, MM

Penguji I


Dr. Firsan Nova
Penguji II


Ellena Nurfaizria H., SE, MM
Penguji III


Mu'man Nuryana Ph.D
Dekan Fakultas Ekonomi


Dian Anggraeny Rahim, SE, M.Si
Ketua Program Studi

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana sikap konsumen terhadap kopi sachet Indocafe. Penelitian ini dilakukan di Kota Jakarta Timur. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebar kuesioner berupa *Google Form* kepada 100 responden yang mengkonsumsi kopi sachet Indocafe minimal 3 kali dalam kurun waktu 1 bulan terakhir dan bertempat tonggal di Jakarta Timur. Penelitian ini dilakukan dengan cara menentukan sampel dengan teknik *Non Probability Sampling* kemudian dipilih secara *Purposive Sampling* dengan dugaan proporsi yang distratakan menjadi total jumlah sampel 100 responden masyarakat pengkonsumsi kopi sachet Indocafe di Kota Jakarta Timur. Pengujian kualitas data dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan realibilitas. Analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah Analisis Fishbein, Diagram Kartesius, dan Semantik Diferensial. Hasil Penelitian: berdasarkan hasil penelitian menunjukkan sikap konsumen kopi sachet Indocafe pada setiap atribut menunjukkan hasil yang positif. Atribut tersebut diantaranya Citra Merek dan Kualitas Produk. Hasil menunjukkan bahwa skor sikap konsumen terhadap atribut Citra Merek adalah 17,5 yang berarti konsumen memiliki sikap positif akan atribut Citra Merek, atribut Kualitas Produk menunjukkan skor 16,8 berarti konsumen memiliki sikap positif akan atribut Kualitas Produk. Hasil dari Diagram Kartesius atribut Citra Merek dan Kualitas Produk yang harus dipertahankan adalah merek mudah diingat/dikenali, harga yang terjangkau, citra merek yang baik, memiliki ijin BPOM, ketersediaan produk dimana-mana (mudah didapat), memiliki rasa kopi yang enak, tidak memiliki ampas kopi, tidak memiliki cacat produk (rasa atau aroma yang berubah), aman dikonsumsi, kemasan kopi yang rapat/kedap udara, kualitas produk (rasa/aroma) sesuai dengan yang dijanjikan, dan cocok dikonsumsi oleh kalangan remaja hingga dewasa. Hasil Semantik Diferensial dari Citra Merek dan Kualitas Produk kopi sachet Indocafe harus ditingkatkan untuk memenuhi apa yang dianggap penting oleh konsumen.

Kata Kunci: Atribut, Analisis Fishbein, Diagram Kartesius, Semantik Diferensial

ABSTRACT

The purpose of this study was to know how attitude of consumers Indocafe Coffee Sachets. The research was conducted in East Jakarta City. Data collection was done by spreading questionnaires in the form of Google Form to 100 respondents who consumed Indocafe sachet coffee at least 3 times in the last 1 month and located in East Jakarta. This research was conducted by determining samples with the Non Probability Sampling technique and then selected by Purposive Sampling with the alleged proportion abstracted into a total sample count of 100 respondents to the Indocafe sachet coffee consuming community in East Jakarta. Data quality testing in this study used tests of validity and reliability. The analysis used in this study is the Fishbein model, Cartesius Diagram, and Semantic Differential. Research results: based on the results of the study, the attitudes of consumers of Indocafe coffee sachets on each attribute showed positive results. These attributes include Brand Image and Product Quality. The results show that the score of consumer attitudes towards the Brand Image attribute is 17.5 which means that consumers have a positive attitude towards the Brand Image attribute, the Product Quality attribute shows a score of 16.8 which means that consumers have a positive attitude towards the Product Quality attribute. The results of the Cartesian Diagram of the attributes of Brand Image and Product Quality that must be maintained are brands that are easy to remember/recognize, affordable prices, good brand image, have BPOM permits, product availability everywhere (easy to get), have good coffee taste, not has coffee grounds, has no product defects (changed taste or aroma), is safe for consumption, tightly packed/airtight coffee packaging, product quality (taste/aroma) is as promised, and is suitable for consumption by teenagers to adults. Differential Semantic Results from Brand Image and Product Quality of Indocafe sachet coffee must be improved to meet what is considered important by consume.

Keywords: Attributes, Fishbein, Diagram Cartesius, Semantic Differential.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **“Analisis Sikap Konsumen Akan Citra Merek dan Kualitas Produk Pada Kopi Sachet Indocafe Studi Kasus Pada Masyarakat Pengkonsumsi Kopi Sachet Indocafe di Kota Jakarta Timur”**. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Darma Persada.

Penulis menyadari bahwa sepenuhnya penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan yang disebabkan oleh keterbatasan kemampuan penulis dalam menyerap 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:

1. Ibu Ellena Nurfazria Handayani, SE., MM selaku pembimbing skripsi yang telah membantu membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini
2. Bapak Ir. Mu'man Nuryana Ph.D selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
3. Ibu Dian Anggraeny Rahim ,SE.,M.Si selaku ketua program studi.
4. Kedua orangtua saya yang selalu mendukung dan mendoakan agar tetap semangat dalam mengerjakan dan menyelesaikan skripsi ini.
5. Teman-teman saya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu namun tidak akan mengurangi rasa hormat yang telah memberikan semangat dan dukungan kepada penulis.
6. Teman-teman seerbimbingan saya yang telah memberikan semangat kepada penulis.

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

Jakarta, Agustus 2021

Adam Wisnu Sefrianto



DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	15
1.3 Batasan Masalah.....	15
1.4 Rumusan Masalah	15
1.5 Tujuan Penelitian.....	16
1.6 Manfaat Penelitian.....	16
BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN	18
2.1 Landasan Teori	18
2.1.1 Manajemen Pemasaran	18
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	23
2.1.3 Sikap Konsumen	27
2.1.4 Citra Merek	34
2.1.5 Produk.....	36
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	48
2.3 Kerangka Pemikiran	49
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	51
3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan	51
3.2 Operasional Variabel	52
3.3 Lokasi, Sumber Data dan Cara Penentuan Data/Informasi	55
3.3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	55
3.3.2 Sumber Data	55
3.3.3 Cara Penentuan Data.....	55
3.4 Teknik Pengumpulan Data	57

3.5 Rancangan Analisis	58
3.5.1 Uji Keabsahan Data	58
3.5.2 Analisis Fishbein.....	59
3.5.3 Diagram Kartesius	62
3.5.4 Analisis Semantik Diferensial	64
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	65
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	65
4.2 Deskripsi Penelitian.....	67
4.2.1 Profil Responden.....	67
4.3 Uji Keabsahan Data.....	78
4.3.1 Uji Validitas.....	78
4.3.2 Uji Reliabilitas	80
4.3.3 Analisis Data.....	81
4.4 Analisis Fishbein	112
4.5 Diagram Kartesius	115
4.6 Semantik Diferensial	121
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	129
5.1 Kesimpulan	129
5.2 Saran	130
DAFTAR PUSTAKA	132
LAMPIRAN	134

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Top Brand Index 2016-2020	9
Tabel 1.2 Keluhan Konsumen Indocafe	11
Tabel 2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	48
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	52
Tabel 3.2 Skala Likert	54
Tabel 3.3 Skala Interval	54
Tabel 4.1 Jenis Kelamin	67
Tabel 4.2 Usia	68
Tabel 4.3 Alamat Tempat Tinggal	69
Tabel 4.4 Pendidikan Terakhir	70
Tabel 4.5 Status Pekerjaan	71
Tabel 4.6 Pendapatan Perbulan	72
Tabel 4.7 Pengeluaran Perbulan.....	73
Tabel 4.8 Alasan Mengkonsumsi Indocafe	74
Tabel 4.9 Sudah berapa lama Mengkonsumsi Indocafe	75
Tabel 4.10 Waktu Mengkonsumsi Indocafe	76
Tabel 4.11 Konsumsi Kopi Sachet Selain Indocafe.....	77
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas <i>Evaluation</i>	78
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas <i>Belief</i>	79
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas <i>Belief</i>	80
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas <i>Evaluation</i>	80

Tabel 4.16 Uji Reliabilitas <i>Belief</i>	81
Tabel 4.17 Jawaban Merek kopi sachet Indocafe mudah diingat	82
Tabel 4.18 Jawaban Desain produk kopi sachet Indocafe menarik	83
Tabel 4.19 Jawaban Kopi sachet Indocafe memiliki aroma kopi khas	83
Tabel 4.20 Jawaban Harga kopi sachet Indocafe terjangkau	84
Tabel 4.21 Jawaban Citra merek kopi sachet Indocafe baik	85
Tabel 4.22 Jawaban Kopi sachet Indocafe memiliki ijin BPOM	85
Tabel 4.23 Jawaban Kopi sachet Indocafe memiliki layanan/suara	86
Tabel 4.24 Jawaban Ketersediaan kopi sachet Indocafe dimana-mana	87
Tabel 4.25 Jawaban Kualitas produk kopi sachet Indocafe sesuai harapan....	87
Tabel 4.26 Jawaban Kopi sachet Indocafe terbuat dari biji kopi pilihan	88
Tabel 4.27 Jawaban Kopi sachet Indocafe memiliki rasa kopi yang enak.....	89
Tabel 4.28 Jawaban Kopi sachet Indocafe tidak memiliki ampas kopi	89
Tabel 4.29 Jawaban Kopi sachet Indocafe tidak memiliki cacat produk.....	90
Tabel 4.30 Jawaban Kopi sachet Indocafe Aman dikonsumsi.....	91
Tabel 4.31 Jawaban Kopi sachet Indocafe memiliki rasa kopi yang khas	91
Tabel 4.32 Jawaban Kopi sachet Indocafe memiliki beragam varian rasa	92
Tabel 4.33 Jawaban Kemasan kopi sachet Indocafe rapat/kedap udara	93
Tabel 4.34 Jawaban Rasa kopi sachet Indocafe tidak berubah	93
Tabel 4.35 Jawaban Kopi Indocafe terbuat dari bahan baku berkualitas.....	94
Tabel 4.36 Jawaban Kualitas kopi sachet Indocafe sesuai yang dijanjikan....	95
Tabel 4.37 Jawaban Kopi sachet Indocafe memiliki desain kemasan unik	95
Tabel 4.38 Jawaban Indocafe cocok dikonsumsi remaja hingga dewasa	96

Tabel 4.39 Uji Reliabilitas <i>Evaluation</i>	97
Tabel 4.40 Jawaban Merek mudah diingat/dikenali	98
Tabel 4.41 Jawaban Desain produk menarik	98
Tabel 4.42 Jawaban Aroma kopi yang khas.....	99
Tabel 4.43 Jawaban Harga yang terjangkau	99
Tabel 4.44 Jawaban Citra merek yang baik	100
Tabel 4.45 Jawaban Memiliki ijin BPOM	101
Tabel 4.46 Jawaban Memiliki layanan/suara konsumen.....	101
Tabel 4.47 Jawaban Ketersediaan produk dimana-mana.....	102
Tabel 4.48 Jawaban Kualitas produk yang sesuai harapan	103
Tabel 4.49 Jawaban Terbuat dari biji kopi pilihan.....	103
Tabel 4.50 Jawaban Memiliki rasa kopi yang enak	104
Tabel 4.51 Jawaban Tidak memiliki ampas kopi.....	104
Tabel 4.52 Jawaban Tidak memiliki cacat produk.....	105
Tabel 4.53 Jawaban Aman dikonsumsi.....	106
Tabel 4.54 Jawaban Memiliki rasa kopi yang khas	106
Tabel 4.55 Jawaban Memiliki beragam varian rasa kopi.....	107
Tabel 4.56 Jawaban Kemasan kopi yang rapat/kedap udara.....	108
Tabel 4.57 Jawaban Rasa tidak berubah meskipun disimpan lama	108
Tabel 4.58 Jawaban Terbuat dari bahan baku berkualitas	109
Tabel 4.59 Jawaban Kualitas produk sesuai dengan yang dijanjikan	110
Tabel 4.60 Jawaban Memiliki desain kemasan yang unik	110
Tabel 4.61 Jawaban Cocok dikonsumsi oleh remaja hingga dewasa.....	111

Tabel 4.62 Skala Interpretasi Sikap tiap Atribut.....	112
Tabel 4.63 Sikap Atribut Citra Merek.....	113
Tabel 4.64 Sikap Atribut Kualitas Produk	114
Tabel 4.65 Rata-Rata Citra Merek	116
Tabel 4.66 Rata-Rata Kualitas Produk.....	119
Tabel 4.67 Rata-Rata tingkat evaluasi dan kepercayaan citra merek.....	122
Tabel 4.68 Rata-Rata tingkat evaluasi dan kepercayaan kualitas produk.....	125



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Jumlah Produksi Kopi Per Negara	3
Gambar 1.2 Tingkat Konsumsi Kopi Domestik di Indonesia	4
Gambar 2.1 Empat Komponen dalam Bauran Pemasaran Barang	26
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	50
Gambar 3.1 Diagram Kartesius.....	63
Gambar 4.1 Diagram Kartesius Citra Merek	116
Gambar 4.2 Diagram Kartesius Kualitas Produk	119
Gambar 4.3 Perbandingan Evaluasi & Kepercayaan Citra Merek Indocafe ..	122
Gambar 4.4 Perbandingan Evaluasi & Kepercayaan Kualitas Indocafe	125

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	135
Lampiran 2. Profil Responden	144
Lampiran 3. Tabulasi Data.....	147
Lampiran 4. Perhitungan fishbein dan Diagram Kartesius	149
Lampiran 5. Distribusi Frekuensi.....	150
Lampiran 6. Uji Realibilitas.....	154
Lampiran 7. Bukti Penyebaran Kuesioner	155
Lampiran 8. Catatan Konsultasi Bimbingan Skripsi.....	156
Lampiran 9. Daftar Riwayat Hidup.....	157