



ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN PRODUK TEH CELUP

SKRIPSI

NURUL ATIKAH 1610111097

**PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2020**



ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN PRODUK TEH CELUP

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen**

NURUL ATIKAH 1610111097

**PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2020**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk saya katakan dengan benar.

Nama : Nurul Atikah

NIM : 1610111097

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 23 Juni 2020

Yang menyatakan,



Nurul Atikah

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nurul Atikah
NIM : 1610111097
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas skripsinya yang berjudul :

ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN PRODUK TEH CELUP

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak, mengahkimedia / formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (data base), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 23 Juni 2020

Yang menyatakan,



Nurul Atikah

SKRIPSI

ANALISIS PREFRENSI KONSUMEN PRODUK TEH CELUP

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Nurul Atikah 1610111097

Telah dipertahankan di depan Tim penguji pada tanggal : 01 Juli 2020 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Drs. Prasetyo Hadi, SE, MM
Ketua Penguji



Drs. Svarif Ali, Msi, CHRP
Penguji I



Dr. MB. Nani Ariani, SE, MM
Penguji II



Dr.Desmintari, SE, MM
Ketua Jurusan



Wahyudi, SE, MM
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada Tanggal: 01 Juli 2020

Analysis of Consumer Preferences for Teabag Products

By

Nurul Atikah

Abstract

This research under study is a quantitative descriptive research with the aim to find out and prove the brand, packaging, price and taste variables influence partially consumers' preferences for tea bags. The population taken in this study is the consumers of tea bags in the North Jakarta area. Samples taken as many as 100 respondents using probability sampling method by distributing questionnaires through Google form to respondents. The data analysis technique used is descriptive analysis and inferential analysis using the analysis tool, namely Partial Least Square (PLS). The results of this study indicate that brand variables have no effect on consumer preferences with a path coefficient of 0.059, packaging variables have a significant effect on consumer preferences with a path coefficient of 0.560, price variables have a significant effect on consumer preferences with a path coefficient of 0.370, and taste variables no effect on consumer preferences with a path coefficient of 0.007.

Keywords: Consumen preferences, Brand, Packaging, Price, Taste.

Analisis Preferensi Konsumen Produk Teh Celup

Oleh

Nurul Atikah

Abstrak

Penelitian yang diteliti berjenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan tujuan untuk mengetahui dan membuktikan variabel merek, kemasan, harga dan rasa berpengaruh pada preferensi konsumen teh celup secara partial. Populasi yang diambil pada penelitian ini yaitu konsumen teh celup yang berada di wilayah Jakarta Utara. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden dengan menggunakan *metode probability sampling* dengan cara menyebarkan kuesioner melalui google form kepada responden. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif dan analisis inferensial dengan menggunakan alat analisisnya yaitu *Partial Least Square (PLS)*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel merek tidak berpengaruh terhadap preferensi konsumen dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,059, variabel kemasan berpengaruh signifikan terhadap preferensi konsumen dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,560, variabel harga berpengaruh signifikan terhadap preferensi konsumen dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,370, dan variabel rasa tidak berpengaruh terhadap preferensi konsumen dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,007.

Kata Kunci: Preferensi Konsumen, Merek, Kemasan, Harga, Rasa.



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450, Telepon 021-7656971
Laman : www.upnvj.ac.id, e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI
SEMESTER GENAP TA. 2019/2020

Hari ini Rabu, tanggal 01 Juli 2020, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Nurul Atikah

NIM : 1610111097

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut : Analisis Preferensi Konsumen Produk Teh Celup

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus* *)

Penguji

No.	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Drs. Prasetyo Hadi, SE, MM	Ketua	1.
2	Drs. Syarif Ali, Msi CHRP	Anggota I	2.
3	Dr. MB. Nani Ariani, SE, MM	Anggota II **)	3.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 01 Juli 2020

Mengesahkan

A.n. Dekan

Kepala Program Studi Manajemen
Program Sarjana

Wahyudi.,SE.,MM

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW atas rahmat, Inayah, serta karunia-Nya sehingga skripsi yang berjudul “Aanalisis Preferensi Konsumen Produk Teh Celup” ini dapat diselesaikan. Dengan ini peneliti ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada Ibu Dr. Dianwicakasih Arieftiara, SE, Ak, M.Ak, CA, CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, Ibu Dr. Desmintari, SE,MM selaku Ketua Jurusan Manajemen dan Bapak Wahyudi, SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Ucapan terimakasih pula penulis haturkan kepada Ibu Dr.MB. Nani Ariani, SE, MM dan ibu Dra. Heni Nastiti, MM selaku dosen pembimbing yang dengan sabar memberikan bimbingan serta saran-saran yang bermanfaat selama proses penyusunan skripsi ini berjalan. Serta kepada seluruh tenaga pendidikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan arahan dan bantuan akademik selama masa perkuliahan.

Kemudian ucapan terimakasih yang tak terhingga penulis sampaikan kepada orang tua tercinta Bapak Ayub dan Ibu Fariha serta keluarga tercinta yang selalu memberikan doa serta dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini. Rasa terimakasih pula penulis ucapkan kepada Bapak Ustad.H.Denmas Hamza Karyanto sebagai guru yang selalu memberikan suport dan doa kepada penulis. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada teman-teman Keluarga Besar Majelis Rasulullah Jakarta Utara, Bima Yoga, Fiqri dan Afifah Dwi Yanthi yang telah menemani dan memberikan dukungan kepada penulis selama menulis skripsi ini. serta tidak lupa untuk teman-teman yang lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat untuk yang membacanya.

Jakarta, 22 Juni 2020

Nurul Atikah

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
PENGESAHAN	v
ABSTARCT	vi
ABSTRAK	vii
PRAKATA	viii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Perumusan Masalah.....	5
I.3 Tujuan Penelitian.....	5
I.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA dan HIPOTESA	7
II.1 Tinjauan Pustaka	7
II.1.1 Definisi Preferensi Konsumen	7
II.1.1.1 Langkah-Langkah Membentuk Preferensi	7
II.1.1.2 Indikator Preferensi Konsumen	7
II.1.1.3 Sifat Preferensi Konsumen	8
II.1.1.4 Atribut Produk dan Preferensi Konsumen	8
II.1.2 Definisi Merek	9
II.1.2.1 Jenis Merek	10
II.1.2.2 Strategi Merek.....	10
II.1.2.3 Indikator Merek.....	11
II.1.2.4 Tujuan Merek	11
II.1.2.5 Manfaat Merek	12
II.1.2.6 Kriteria Pemilihan Merek	13
II.1.3 Definisi Kemasan	14
II.1.3.1 Fungsi Kemasan	14
II.1.3.2 Jenis dan Bahan Kemasan.....	15
II.1.3.3 Indikator Kemasan	17
II.1.4 Definisi Harga	17
II.1.4.1 Strategi Penentuan Harga	18
II.1.4.2 Tujuan Penetapan Harga.....	18
II.1.4.3 Indikator Harga	19
II.1.5 Definisi Rasa	20

II.1.5.1	Indikator Rasa	20
II.1.5.2	Tujuan Rasa	20
II.2	Model Penelitian Empirik	20
II.3	Hipotesis	22
BAB III METODE PENELITIAN		24
III.1.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	24
III.1.1	Definisi Operasional	24
III.1.2	Pengukuran Variabel	25
III.2	Populasi dan Sampel	25
III.2.1	Populasi	25
III.2.2	Sampel	26
III.3	Teknik Pengumpulan Data	26
III.3.1	Jenis Data	26
III.3.2	Sumber Data	26
III.3.3	Pengumpulan Data	26
III.4	Teknik Analisis Data	28
III.4.1	Analisis Deskriptif	28
III.4.2	Analisis Inferensial	29
III.4.3	Uji Hipotesis	33
III.4.3.1	Uji Statistik t	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		35
IV.1	Diskripsi Objek Penelitian	35
IV.1.1	Profil Teh Celup	35
IV.1.2	Konsumen Teh Celup di Jakarta Utara	36
IV.2	Deskripsi Data Responden	37
IV.3	Teknik Analisis Data	41
IV.3.1	Analisis Deskriptif	41
IV.3.2	Analisis Inferensial	48
IV.3.3	Uji Hipotesis	58
IV.4	Pembahasan	59
IV.4.1	Pengaruh Merek Terhadap Preferensi Konsumen	59
IV.4.2	Pengaruh Kemasan Terhadap Preferensi Konsumen	60
IV.4.3	Pengaruh Harga Terhadap Preferensi Konsumen	61
IV.4.4	Pengaruh Rasa Terhadap Preferensi Konsumen	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		63
V.1	Kesimpulan	63
V.2	Keterbatasan Penelitian	63
V.3	Saran	64
DAFTAR PUSTAKA		65
RIWAYAT HIDUP		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Konsumsi Teh Celup di Indonesia Tahun 2015-2019.....	3
Tabel 2. Pengukuran Variabel	25
Tabel 3. Bobot Penilaian Berdasarkan Skala Likert	27
Tabel 4. Kisi-Kisi Instrumen	27
Tabel 5. Peringkat Jawaban Responden.....	28
Tabel 6. Interpretasi Nilai Persentase Responden.....	29
Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	38
Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	39
Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Konsumsi Teh Dalam Sehari	40
Tabel 11. Interpretasi Nilai Persentase Responden.....	41
Tabel 12. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Preferensi Konsumen	42
Tabel 13. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Merek	43
Tabel 14. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Kemasan.....	44
Tabel 15. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Harga.....	45
Tabel 16. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Rasa.....	47
Tabel 17. Hasil <i>Outer Model</i>	49
Tabel 18. Hasil <i>Outer Model Re-estimasi</i>	51
Tabel 19. <i>Outer Loading Factor</i>	52
Tabel 20. <i>Fornell Lacker Criterium</i>	54
Tabel 21. <i>Average Variance Extracted</i>	55
Tabel 22. <i>Composite Reliability</i>	56
Tabel 23. <i>Cronbach Alpha</i>	56
Tabel 24. <i>R-Square</i>	57
Tabel 25. Uji Statistik t	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Model Penelitian Empirik	22
Gambar 2. Tahapan Analisis <i>Partial Least Square</i>	29
Gambar 3. Konstruk Diagram jalur	31
Gambar 4. <i>Inner Model</i>	48
Gambar 5. <i>Outer Model</i>	49
Gambar 6. <i>Outer Model</i> Re-estimasi	51

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Hasil Penelitian Terdahulu
- Lampiran 2. Matriks Penelitian Terdahulu
- Lampiran 3. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 4. Data Kuesioner 100 Responden
- Lampiran 5. Hasil Deskripsi Data Responden
- Lampiran 6. Hasil Deskripsi Data Penelitian
- Lampiran 7. Hasil Output Outer Model PLS
- Lampiran 8. Hasil Output Inner Model PLS
- Lampiran 9. Hasil Output Model PLS
- Lampiran 10. R Tabel dan T Tabel
- Lampiran 11. Hasil Turnitin