

**ANALISIS KESESUAIAN PERSEPSI DAN HARAPAN  
KONSUMEN ATAS ATRIBUT SABUN PENCUCI PAKAJAN  
SURF DI CEPU**

**SKRIPSI**

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN  
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI  
JURUSAN MANAJEMEN**



**Diajukan Oleh**

**ARI WIDODO**

**No. Pokok : 049923027 E**

**KEPADA  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA  
2003**

**SKRIPSI**

**ANALISIS KESESUAIAN PERSEPSI DAN HARAPAN KONSUMEN  
ATAS ATRIBUT SABUN PENCUCI PAKAIAN  
SURF DI CEPU**

**DIAJUKAN OLEH :  
ARI WIDODO  
NO POKOK : 049923027 E**

**TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA BAIK OLEH:**

**DOSEN PEMBIMBING**



**Dra. Ec. Hj. DWI UTAMI S., MS**

Tanggal.....<sup>29</sup>/<sub>8</sub>.....<sup>03</sup>

**KETUA PROGRAM STUDI MANAJEMEN**



**Dr. H. AMIRUDDIN UMAR, SE**

Tanggal.....<sup>2</sup>/<sub>8</sub>.....<sup>03</sup>

Surabaya, ..... 28 MEI 2003 .....

**Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji**

**Dosen Pembimbing**



**Dra. Ec. Hj. Dwi Utami S., MS**

## ABSTRAKSI

Kondisi krisis yang terjadi pertengahan tahun 1997 memberi gambaran terjadinya perubahan lingkungan yang berdampak pada proses keputusan beli konsumen yang sesuai dengan pilihan produk yang diinginkan. Hal tersebut dapat di pergunakan dalam menetapkan mutu produk untuk menghadapi persaingan yang ketat. Selain itu produk harus mempunyai keunggulan kompetitif dalam upaya memenangkan persaingan. Keunggulan kompetitif tersebut dapat meliputi atribut produk yang dapat berupa kualitas, harga, merek, kemasan dan ketersediaan produk di pasar. Dengan atribut produk ini dapat diketahui apakah ada kesesuaian antara harapan dan persepsi konsumen..

Penelitian yang telah dilakukan bertujuan untuk mengetahui kesesuaian harapan dan persepsi konsumen atas atribut produk sabun pencuci pakaian Surf yang meliputi atribut kualitas, harga, merek, kemasan dan ketersediaan dipasar di Cepu.

Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menitik beratkan pada pengujian hipotesis yaitu adanya kesesuaian harapan dan persepsi konsumen atas atribut sabun pencuci pakaian Surf.

Populasi diambil dari konsumen yang memakai sabun pencuci pakaian merek Surf dan sampel diambil menggunakan metode non random sampling dimana hanya responden yang pernah membeli dan memakai sabun pencuci pakaian Surf dan sampel diambil dari konsumen yang kebetulan dijumpai pada saat penelitian lapangan.

Pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kemudian data tersebut dianalisis dengan menggunakan uji Rank Wilcoxon yang pengolahannya menggunakan program SPSS 10.05 for windows.

Dari hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat kesesuaian harapan dan persepsi konsumen terhadap atribut kualitas, atribut harga, atribut merek, atribut kemasan dan atribut ketersediaan di pasar, dengan total keseluruhan Z hitung  $-1,651$  lebih besar dari Z tabel  $-1,96$  sehingga dapat disimpulkan bahwa atribut produk sabun pencuci Surf telah sesuai dengan harapan konsumen yang berada di Cepu. Perusahaan diharapkan dapat mendekatkan diri pada konsumen untuk dapat mengetahui harapan konsumen agar dapat menjadi masukan untuk perencanaan pengembangan pemasaran.