

- MANAJEMEN PETAHASAN
- KONSUMEN
- PERSEPSI

**ANALISIS KESESUAIAN ANTARA HARAPAN DAN PERSEPSI
KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT PASTA GIGI
CLOSE UP CAIR DI SURABAYA**

SKRIPSI

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



KK
B. 1137/98
Dew
a

MILIK
PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA

Diajukan oleh :

RATIH UTAMI DEWI

No. Pokok : 049214000

**KEPADA
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
1998**

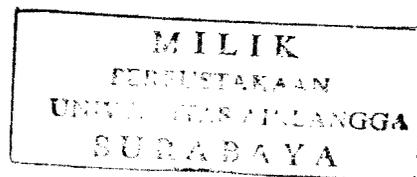
SKRIPSI

ANALISIS KESESUAIAN ANTARA HARAPAN DAN
PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT PASTA GIGI
CLOSE UP CAIR DI SURABAYA

DIAJUKAN OLEH :

RATIH UTAMI DEWI

No. Pokok : 049214000



TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING,

DRA. EC. DWI UTAMI S., MS.

TANGGAL 28.2.1998

KETUA JURUSAN,

DR. AMIRUDDIN UMAR, SE.

TANGGAL 9-3-1998

ABSTRAKSI

Semakin tingginya tingkat kesadaran masyarakat akan pentingnya arti kebersihan dan kesehatan gigi, memberi peluang kepada perusahaan untuk memproduksi produk-produk perawatan gigi, diantaranya dengan menawarkan larutan penyegar mulut, pasta gigi, maupun pemutih gigi. Peluang tersebut tidak disia-siakan oleh PT Unilever, hal ini terbukti bahwa PT Unilever mencoba menawarkan pasta gigi Close Up cair (Close Up Liquifresh) yang dapat digunakan untuk menggosok gigi maupun untuk berkumur, sehingga konsumen tidak perlu lagi membeli pasta gigi dan larutan penyegar mulut dalam dua kemasan. Hal ini menjadikan konsumen dapat lebih menghemat uangnya dan lebih praktis dalam penggunaannya.

Dalam penelitian ini, responden diminta pendapatnya mengenai harapan mereka dalam membeli pasta gigi dan persepsi (penilaian) mereka terhadap atribut-atribut pasta gigi Close Up cair. Dimana harapan dan persepsi responden ini dianalisa dengan menggunakan Tes Ranking Bertanda Wilcoxon untuk Data Berpasangan.

Dari data kuesioner yang telah dianalisis, menunjukkan bahwa sebagian besar harapan responden dapat dipenuhi oleh atribut yang ditawarkan pasta gigi Close Up cair, kecuali atribut rasa dan ukuran isi/volume yang masih perlu dilakukan perbaikan oleh perusahaan.