

**UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**INDERALAYA**

**SKRIPSI**

**Pengaruh Kualitas Produk Teh Botol Sosro Terhadap Persepsi Konsumen**

**di Palembang**



**Diajukan Oleh**

**Jimmy Suryanto**

**01033110034**

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat**

**Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi**

**2006**

S  
658.834207  
Sur  
f  
2006

**UNIVERSITAS SRIWIJAYA**  
**FAKULTAS EKONOMI**  
**INDERALAYA**



**SKRIPSI**

**Pengaruh Kualitas Produk Teh Botol Sosro Terhadap Persepsi Konsumen**  
**di Palembang**



**Diajukan Oleh**

**Jimmy Suryanto**

**01033110034**

R. 14465  
14827

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat**  
**Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi**  
**2006**

**UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**INDERALAYA**

---

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama : JIMMY SURYANTO  
Nomor Induk Mahasiswa : 01033110034  
Jurusan : MANAJEMEN  
Mata Kuliah Pokok : PERILAKU KONSUMEN  
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PRODUK TEH BOTOL  
SOŚRO TERHADAP PERSEPSI KONSUMEN DI  
PALEMBANG

**PANITIA PEMBIMBING SKRIPSI :**

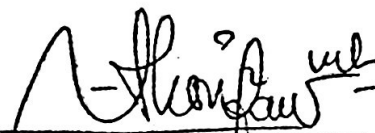
Tanggal

Ketua Panitia

  
Dr. Agustina Hanafi, MBA

Tanggal

Anggota Panitia

  
Hj. Nofiawati, SE, MM

**MOTTO :**

Optimis, berani, pantang menyerah, disiplin, fokus pada tujuan dan bertindak, itulah jalan dan kunci menuju impian dan kesuksesan.

Saat sukses kita bersyukur, saat gagal pun kita bersyukur. Sesungguhnya kekayaan dan kebahagiaan sejati ada di dalam rasa bersyukur.

Kupersembahkan untuk :

- Orang tuaku tercinta
- Kedua Saudaraku
- Teman-temanku

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat, karunia dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk Teh Botol Sosro Terhadap Persepsi Konsumen di Palembang”**.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak terdapat kelemahan dan kekurangan dalam penyajiannya. Hal ini dikarenakan terbatasnya kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki. Oleh karena itu, penulis menerima segala saran dan kritik yang bersifat membangun guna kesempurnaan skripsi ini.

Melalui kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang begitu banyak memberikan bantuan dan bimbingannya baik dalam pelaksanaan riset maupun penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, dengan hati yang tulus penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada :

1. Bapak **DR. Syamsurijal, Ak** selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
2. Bapak **Drs. Yuliansyah M. Diah, MM** selaku Ketua Jurusan Manajemen dan Bapak **Drs. Kosasih M. Zen, MSi** selaku Sekretaris Jurusan Manajemen.

3. Ibu **DR. Agustina Hanafi, MBA** selaku Ketua Panitia Pembimbing Skripsi, yang telah banyak memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
4. Ibu **Hj. Nofiawaty, SE, MM** selaku Dosen Pembimbing Akademik dan Anggota Panitia Pembimbing Skripsi, yang telah banyak memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
5. Ibu **DR. Diah Natalisa, MBA** dan Bapak **M. Welly Nailis, MM** selaku Dosen Pengasuh Mata Kuliah Perilaku Konsumen.
6. Kedua orang tuaku yang telah memberikan inspirasi, motivasi dan semangat.
7. Adik-adikku **Lisa Arista** dan **Helmi Suryanto** terima kasih atas dukungannya.
8. My friends : **Nopiah, Mbak Santi, Yuliana, Tri Kartika, Anari, Eka, Santi, Maytita, Anggun, Afrijal, Anton, Aan, Yanus, Deri, Sehonu, Gunadi, Amar, Yayak, Hendra, Wawan, Nelson, Indra, Ade dan Piter** terima kasih atas persahabatan dan bantuan kalian selama ini.
9. Kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan baik materi maupun non materi yang tidak mungkin disebutkan namanya satu persatu.

Akhir kata penulis mengharapkan semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua.

Palembang, Agustus 2006

Penulis

## DAFTAR ISI

Halaman

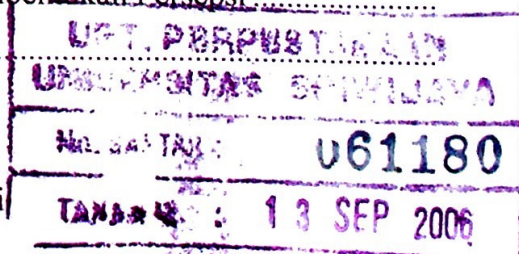
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii

### BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6

### BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	8
2.1.2 Pengertian Produk .....	9
2.1.3 Pengertian Kualitas Produk.....	12
2.1.4 Pengertian Merek .....	15
2.1.5 Pengertian Perilaku Konsumen.....	17
2.1.6 Persepsi	
2.1.6.1 Pengertian Persepsi .....	22
2.1.6.2 Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi.....	23
2.1.6.3 Proses Pembentukan Persepsi.....	25
2.2 Penelitian Terdahulu .....	26



2.3	Kerangka Konseptual .....	29
2.4	Metode Penelitian	
2.4.1	Desain Penelitian.....	30
2.4.2	Objek Penelitian.....	30
2.4.3	Populasi dan Sampel .....	30
2.4.4	Variabel Penelitian	
2.4.4.1	Identifikasi Variabel.....	31
2.4.4.2	Definisi Variabel Operasional.....	31
2.4.4.3	Pengukuran Variabel.....	33
2.4.5	Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data	
2.4.5.1	Sumber Data.....	33
2.4.5.2	Metode Pengumpulan Data.....	34
2.4.6	Teknik Analisis Data.....	35

### **BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN PT SINAR SOSRO**

3.1	Sejarah Singkat Perusahaan	
3.1.1	Sejarah Merintis Usaha .....	37
3.1.2	Sejarah Pendiri .....	39
3.1.3	Sejarah Perkembangan .....	41
3.2	Filosofi Sosro .....	43
3.3	Produk Teh Botol Sosro .....	44
3.3.1	Proses Produksi Teh Botol Sosro .....	45
3.3.2	Sertifikasi Produk.....	46
3.4	Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas	
3.4.1	Struktur Organisasi.....	47
3.4.2	Uraian Tugas .....	49
3.5	Peta Distribusi Sosro .....	53



## **BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN**

4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	57
4.2 Analisis Frekuensi	
4.2.1 Karakteristik Responden.....	59
4.2.1.1 Jenis Kelamin Responden.....	59
4.2.1.2 Usia Responden.....	60
4.2.1.3 Pendidikan Formal Terakhir Responden.....	61
4.2.1.4 Pekerjaan Responden.....	62
4.2.2 Persepsi Konsumen Terhadap Variabel Rasa Teh	
Botol Sosro (X <sub>1</sub> ).....	63
4.2.3 Persepsi Konsumen Terhadap Variabel Aroma Teh	
Botol Sosro (X <sub>2</sub> ).....	65
4.2.4 Persepsi Konsumen Terhadap Variabel Warna Teh	
Botol Sosro (X <sub>3</sub> ).....	68
4.2.5 Persepsi Konsumen Terhadap Variabel Desain Teh	
Botol Sosro (X <sub>4</sub> ).....	70
4.2.6 Persepsi Konsumen Terhadap Variabel Kemasan Teh	
Botol Sosro (X <sub>5</sub> ).....	72
4.2.7 Penilaian Responden Terhadap Variabel Y.....	74
4.3 Analisis Regresi Berganda Binary.....	84
4.4 Analisis Korelasi.....	87

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan .....	89
5.2 Saran.....	90

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
3.1	Distribusi Teh Botol Sosro Wilayah Nasional	53
3.2	Distribusi Teh Botol Sosro Wilayah Intenasional	55
4.1	Hasil Uji Validitas	57
4.2	Hasil Uji Reliabilitas	58
4.3	Jenis Kelamin Responden	59
4.4	Usia Responden	60
4.5	Pendidikan Terakhir Responden	61
4.6	Pekerjaan Responden	62
4.7	Bagaimana rasa yang ada pada teh botol Sosro	63
4.8	Dari rasa yang ada pada teh botol Sosro, sensasi apa yang anda rasakan	64
4.9	Menurut anda, bagaimana aroma yang ada pada teh botol Sosro	66
4.10	Setelah anda mencium aroma teh botol Sosro apa yang anda rasakan	67
4.11	Bagaimana kualitas warna air teh pada teh botol Sosro	68
4.12	Apakah warna air teh botol Sosro sudah cukup baik dan warna yang baik seperti apa menurut anda	69
4.13	Bagaimana bentuk botol pada teh botol Sosro yang ada pada saat ini	70

4.14	Menurut anda, bagaimana bentuk tulisan yang ada pada teh botol Sosro	71
4.15	Bagaimana pendapat anda mengenai isi teh dalam kemasan teh botol Sosro	73
4.16	Kemasan teh botol Sosro yang ada saat ini, apakah sudah cukup menarik bagi anda	74
4.17	Apa alasan yang membuat anda mau membeli teh botol Sosro	75
4.18	Apa alasan yang membuat anda mau meminum teh botol Sosro	76
4.19	Apa yang anda sukai dari teh botol Sosro	77
4.20	Menurut anda, bahan baku apa saja yang membuat produk teh botol Sosro berkualitas	78
4.21	Menurut anda, kualitas apa saja yang menonjol dari teh botol Sosro	79
4.22	Apa yang Anda rasakan setelah minum teh botol Sosro	80
4.23	Apa saja yang anda sukai dari desain teh botol Sosro	81
4.24	Apa saja yang Anda sukai dari kemasan teh botol Sosro	82
4.25	Menurut pendapat anda, teh botol Sosro baik dan enak diminum pada saat	83
4.26	Analisis Regresi Berganda Binary	85
4.27	Analisis Korelasi	87

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
3.1	Kepemilikan Saham PT Sinar Sosro	41
3.2	Filosofi Perusahaan	44
3.3	Struktur Organisasi Kantor Penjualan Cabang Palembang PT Sinar Sosro	48

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 LATAR BELAKANG

Tanaman teh dengan nama latin *Camelia Sinensis* yang masih termasuk keluarga *Camelia*, pada umumnya tumbuh didaerah yang beriklim tropis dengan ketinggian antara 200 s/d 2000 meter diatas permukaan laut dengan suhu cuaca antara 14 s/d 25 derajat celcius. Ketinggian tanaman dapat mencapai 9 meter untuk teh Cina dan teh Jawa, sedangkan untuk teh jenis *Assamica* dapat mencapai 12 s/d 20 meter. Namun untuk mempermudah pemetikan daun-daun teh sehingga mendapatkan pucuk daun muda yang baik maka pohon teh selalu dijaga pertumbuhannya (dipotong) sampai 1 meter.

Karena tanaman teh semakin berkembang sebagai tanaman perdagangan, maka jenis tanaman teh juga berkembang menjadi beraneka ragam. Keragaman ini adalah hasil dari penyilangan berbagai jenis tanaman teh serta pengaruh tanah dan iklim yang menghasilkan hasil panen yang berbeda. Hingga saat ini, seluruh dunia kurang lebih terdapat 1500 jenis teh yang berasal dari 25 negara yang berbeda. Namun jenis teh pada dasarnya hanya terdiri dari 3 kelompok utama :

a. *Black Tea* (Teh Hitam)

Adalah jenis teh yang dalam pengolahannya, melalui proses fermentasi secara penuh.

b. *Oolong Tea* (Teh Oolong)

Adalah jenis teh yang dalam pengolahannya hanya melalui setengah proses fermentasi.

c. *Green Tea* (Teh Hijau)

Adalah jenis teh yang dalam pengolahannya tidak melalui proses fermentasi.

Di Indonesia, jenis teh yang paling populer adalah *Jasmine Tea* (Teh Wangi Melati) yaitu teh hijau yang dicampur bunga melati sehingga menimbulkan aroma dan wangi yang khas.

Sejak dahulu hingga sekarang dan diperkuat dengan hasil penelitian, teh diyakini masyarakat mempunyai banyak manfaat yang berguna bagi manusia.

Beberapa manfaat yang terdapat dalam teh antara lain :

1. Memperkuat gigi dan mencegah karies pada gigi

Unsur *Fluoride* (F) yang cukup tinggi pada teh, dapat membantu dan mencegah tumbuhnya karies pada gigi serta dapat memperkuat gigi.

2. Mengurangi resiko keracunan makanan

Unsur *catechin* (salah satu unsur dalam *Polyphenols*) telah terbukti bahwa unsur tersebut memiliki kemampuan untuk menghentikan pertumbuhan beberapa bakteri yang menyebabkan keracunan makanan (menurut penelitian dari Jepang dan Taiwan).

### 3. Memperkuat daya tahan tubuh

Dengan adanya vitamin C dan vitamin E, maka teh dapat juga membantu memperkuat daya tahan tubuh.

### 4. Menyegarkan tubuh

Teh mengandung sejenis kafein yang berbeda dengan kopi maka teh dapat juga merangsang sistem syaraf tubuh kita sehingga pengambilan oksigen ke dalam tubuh lebih lancar.

### 5. Mencegah tekanan darah tinggi

*Epigallocatechin* dan *epicatechin gallat* yang merupakan varian dari *catechin*, ternyata mampu bertindak sebagai inhibitor dari pada *angiotensin transferase*, yaitu enzim penyebab darah tinggi. Lebih lanjut dapat pula disimpulkan bahwa dengan kemampuan *catechin* untuk mencegah tekanan darah tinggi, mengurangi kadar kolesterol dalam darah dan menangkal radikal bebas, maka *catechin* juga bisa mengurangi resiko penyakit *kardiovaskular*.

### 6. Menangkal kolesterol

*Catechin*, ternyata juga telah dibuktikan bahwa dapat mengurangi penimbunan kolesterol dalam darah dan mempercepat pembuangan kolesterol melalui feses.

### 7. Mengoptimalkan metabolisme gula

*Mangan* (Mn), yang terkandung dalam teh bisa membantu penguraian gula menjadi energi. Dengan demikian teh bisa membantu menjaga kadar gula dalam darah.



#### 8. Mencegah pertumbuhan kanker

Kemampuan *catechin* (salah satu unsur dalam *polyphenols*) dapat menghambat terjadinya mutasi pada sel-sel tubuh dan menetralkan radikal bebas.

Teh dikenal di Indonesia sejak tahun 1686 ketika seorang Belanda bernama Dr. Andreas Cleyer membawanya ke Indonesia yang pada saat itu penggunaannya hanya sebagai tanaman hias. Baru pada tahun 1728, pemerintah Belanda mulai memperhatikan teh dengan mendatangkan biji-biji teh secara besar-besaran dari Cina untuk dibudayakan di pulau Jawa. Usaha tersebut tidak terlalu berhasil dan baru berhasil setelah pada tahun 1824 Dr. Van Siebold seorang ahli bedah tentara Hindia Belanda yang pernah melakukan penelitian alam di Jepang mempromosikan usaha pembudidayaan dengan bibit teh dari Jepang.

Usaha perkebunan teh pertama dipelopori oleh Jacobson pada tahun 1828 dan sejak itu menjadi komoditas yang menguntungkan pemerintah Hindia Belanda, sehingga pada masa pemerintahan Gubernur Van Den Bosh, teh menjadi salah satu tanaman yang harus ditanam rakyat melalui politik tanam paksa (*culture stelsel*). Pada masa kemerdekaan, usaha perkebunan dan perdagangan teh diambil alih oleh pemerintah RI. Sekarang, perkebunan dan perdagangan teh juga dilakukan oleh pihak swasta.

Salah satu pihak swasta yang melakukan perdagangan teh adalah keluarga Sosrodjojo, dengan memulai merintis inovasi teh siap minum, dimana pada tahun

1969 muncul gagasan air teh siap minum dalam kemasan botol dengan merek Teh Botol Sosro. Dan pada tahun 1974, dengan didirikan oleh PT. Sinar Sosro di kawasan Ujung Menteng, Jakarta. Pabrik tersebut merupakan pabrik teh siap minum dalam kemasan botol pertama di Indonesia dan pertama di dunia.

Kerja keras Sosro mengedukasi pasar teh dalam kemasan botol memang membuahkan hasil yang cukup menggembirakan. Hal ini akhirnya mendorong para pemain baru untuk memasuki pasar teh botol yang masih terbuka lebar. Tidak hanya perusahaan lokal, perusahaan multinasional juga ikut masuk dalam pasar teh botol ini, seperti Coca-Cola yang meluncurkan **Hi-C**, Unilever yang bergabung dengan Aqua meluncurkan **Lipton Tea**. Bahkan pada tahun 1990-an, hadir **Tekita** oleh PT. Pepsi-Cola dan terakhir Coca-Cola pada tahun 2002 mengeluarkan merek **Frestea**.

Dengan semakin banyaknya pesaing di pasar teh botol ini, tentunya menjadi suatu ancaman bagi Sosro dan untuk menghadapi persaingan dengan para kompetitornya, baik langsung maupun yang tidak langsung, PT Sinar Sosro perlu mengetahui bagaimana perilaku konsumen dalam hal ini adalah persepsi konsumen yang dipengaruhi oleh kualitas produk teh botol yang dipasarkan. Memperhatikan hal tersebut maka penulis tertarik mengadakan penelitian dalam pembuatan skripsi dengan judul : “Pengaruh Kualitas Produk Teh Botol Sosro Terhadap Persepsi Konsumen di Palembang”.

## **1.2 PERUMUSAN MASALAH**

Permintaan konsumen akan teh botol Sosro sangat dipengaruhi oleh persepsi konsumen dalam hubungannya dengan kualitas produk yang diberikan oleh produsen. Melihat hal ini kita perlu mengetahui persepsi konsumen, untuk itu diperlukan adanya informasi mengenai persepsi konsumen terhadap teh botol Sosro. Informasi mengenai persepsi konsumen dapat digunakan bagi perusahaan sebagai bahan pertimbangan untuk pengambilan keputusan dalam memasarkan produknya, sehingga yang menjadi masalah pokok dalam penelitian ini adalah “Bagaimanakah pengaruh kualitas produk teh botol Sosro terhadap persepsi konsumen di Palembang?”.

## **1.3 TUJUAN PENELITIAN**

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap teh botol Sosro di Palembang.
2. Untuk mengetahui bagaimana hubungan antara pengaruh kualitas produk teh botol Sosro terhadap persepsi konsumen di Palembang.

## **1.4 MANFAAT PENELITIAN**

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi perusahaan, penelitian ini akan bermanfaat sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan.

2. Penelitian ini dapat digunakan bagi pihak yang berkepentingan untuk melakukan penelitian lanjutan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Atkinson, R.L dan Hilgard, *Pengantar Psikologi*, Erlangga, Jakarta, 1991.
- Chaplin, J.P, *Kamus Lengkap Psikologi*, Edisi 5, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 1999.
- Engel F. James, et.al, *Perilaku Konsumen*, PT Binarupa Aksara, Jakarta, 1994.
- Gaspersz, Vincent, *Manajemen Kualitas Dalam Industri Jasa*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 1997.
- Haika, Teno, *Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Produk Air Minum Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Musi Palembang*, Skripsi Sarjana Ekonomi, Perpustakaan FE-UNSRI, Inderalaya, 2004.
- Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*, PT Prehallindo, Jakarta, 1997.
- , *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium, Jilid 1, PT Indeks, Jakarta, 2004.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran (Principles of Marketing)*, 7c, Jilid 2, PT Prehallindo, Jakarta, 1997.
- Lovelock, CH, *Manajemen Pemasaran Jasa*, PT Indeks, Jakarta, 2005.
- Novita, Ika, *Persepsi Konsumen Terhadap Buku Pelajaran Penerbit Erlangga Berdasarkan Aspek Kualitas Produk, Non Produk dan Harga di Palembang*, Skripsi Sarjana Ekonomi, Perpustakaan FE-UNSRI, Inderalaya, 2005.
- Prawirosentono, Suyadi, *Filosofi Baru Tentang Manajemen Mutu Terpadu*, Bumi Aksara, Jakarta, 2001.
- Schiffman, Leon dan Leslie Lazar Kanuk, *Perilaku Konsumen*, PT Indeks, Jakarta, 2004.
- Setiadi J Nugroho, *Perilaku Konsumen*, PT Kencana, Bandung, 2003.
- Stanton, William J, *Fundamentals of Marketing*, Mc Graw Hill International, New York, 1984.

Swastha, Basu dan T. Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran : Analisa Perilaku Konsumen*, BPFE, Yogyakarta, 1997.

Umar, Husein, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2000.

<http://www.damandiri.or.id/file/setiabudiipbtinjauanpustaka.pdf>.

<http://www.digilib.petra.ac.id/>

<http://www.sosro.com/>