

**PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMILIH
PRODUK - PRODUK BEAR BRAND**

SKRIPSI

**AAM AMANAH
21207600006**



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN
PERSYARATAN MENJADI SARJANA EKONOMI PROGRAM
STUDI STRATA-1 MANAJEMEN**

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA

JAKARTA

2021

**PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMILIH
PRODUK - PRODUK BEAR BRAND**

SKRIPSI

**AAM AMANAH
2120760006**



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN
PERSYARATAN MENJADI SARJANA EKONOMI PROGRAM
STUDI STRATA-1 MANAJEMEN**

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA

JAKARTA

2021


PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMILIH PRODUK - PRODUK BEAR BRAND

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi S-1 Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi atau plagiat dari karya ilmiah yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan STEI dan Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi, atau plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 8 Februari 2021



Materai 10000

AAM AMANAH

21207600006

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul :

PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMILIH PRODUK - PRODUK BEAR BRAND

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Ekonomi (SE) di Program Studi Strata-1, Prodi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Skripsi ini ditulis oleh Aam Amanah NPK 21207600006 di bawah bimbingan Gatot Prabantoro, SE., MM dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi di Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta, 8 Februari 2021

Pembimbing,



Gatot Prabantoro, SE., MM

Kepala Prodi S-1 Manajemen



Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc

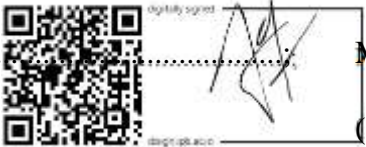
HALAMAN PENGESAHAN


Skripsi dengan judul :


**PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMILIH PRODUK - PRODUK
BEAR BRAND**


telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Prodi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi pada tanggal 27 Februari 2021 dengan nilai A.

Panitia Ujian Skripsi

1.  Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)

2. ; Gatot Prabantoro, SE., MM
(Pembimbing)

3. ; Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc
(Dosen Penguji 1)

4.  Dr. M. Anhar, Ak., M.Sc
(Dosen Penguji 2)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan salam atas Rasulullah Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat, dan seluruh umatnya hingga akhir zaman.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi dengan judul “Perilaku Konsumen Dalam Memilih Produk – Produk Bear Brand” ini tidak akan terwujud sepenuhnya tanpa pertolongan Allah SWT dan bantuan serta dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati penulis mengucapkan rasa terima kasih kepada :

1. Orang tua tercinta, Papa Muhammad Romli, Mama Saonah dan Ibu Tri Lestari yang selalu memberikan dukungan moril dan materiil serta doa yang tiada henti mengalir kepada penulis.
2. Suami tersayang Adista Putra Santoso, yang selama ini telah meluangkan waktu untuk memberikan dorongan, motivasi dan perhatian lebih selama penulis mengerjakan skripsi.
3. Adik-adik Aulia Nurosa, Annisa Anggit Fandewi, Safira Imroatu Muhbita dan Utari Royhana Putri yang memberikan semangat penulis ketika sedang mengerjakan skripsi.
4. Bapak Gatot Prabantoro, SE., MM sebagai dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan arahan, nasehat-masehat dan saran untuk penulis sampai penulis dapat menyelesaikan skripsi tepat waktu.
5. Bapak H. Agustian Burda, BSBA, MBA, selaku Ketua Yayasan Pendidikan Fatahillah Jakarta.
6. Bapak Drs Ridwan Maronrong, M.Sc., Selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

7. Bapak Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc selaku Kepala Prodi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia & dosen penguji.
8. Bapak Dr. M. Anhar, Ak., M.Sc selaku dosen penguji.
9. Seluruh dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang telah memberikan ilmu Manajemen dan ilmu penunjang lainnya.
10. Sahabat-sahabat tersayang special untuk Hana Kharisma, Verino Oktanizar, Lella Rostianah, Puja Refina & Ririn Erlina yang selalu memberikan semangat dan tak pernah lelah mendengarkan keluh kesah dan curahan hati selama penulis mengerjakan skripsi.
11. Rekan-rekan bekerja di kantor untuk Yosepha Indira Mafini, Oky Hamzah, Tuti Eulies, Zaelani Saputra & Louis Evert M yang telah mengisi hari-hari dengan keceriaan & memotivasi untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
12. Tidak lupa kepada teman teman seangkatan yang sudah berjuang bersama menyelesaikan tugas akhir pendidikan dari awal perkuliahan sampai dengan saat ini.
13. Seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu oleh penulis.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan/kelemahan, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan skripsi ini.

Jakarta, 8 Februari 2021



AAM AMANAH

21207600006

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Aam Amanah
NPM : 21207600006
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas skripsi saya yang berjudul :

PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMILIH PRODUK - PRODUK BEAR BRAND

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 8 Februari 2021

Yang menyatakan,



Aam Amanah

AAM AMANAH
NPK 21207600006
Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing :
Bapak Gatot Prabantoro, SE., MM

**PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMILIH PRODUK - PRODUK
BEAR BRAND**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku konsumen dalam memilih produk – produk Bear Brand berdasarkan kriteria yang telah ditentukan yaitu harga, lokasi, kemasan, promosi dan manfaat produk, serta untuk mengetahui varian apa yang paling banyak diminati oleh konsumen diantara Bear Brand Original, Bear Brand Gold White Tea dan Bear Brand White Malt.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, dengan menggunakan metode AHP (Analisis Hierarki Proses). Sampel dalam penelitian ini merupakan 21 orang konsumen dari beberapa agen yang ada di Jakarta dengan penyebaran kuesionernya menggunakan whatsapp dan email.

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian ini membuktikan bahwa konsumen memilih produk Bear Brand Original dengan pertimbangan yang utama adalah manfaat produk serta promosi yang sering dilakukan.

Kata Kunci : Perilaku Konsumen, Pemilihan Produk, Bear Brand dan AHP

AAM AMANAH
NPK 21207600006
Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing :
Bapak Gatot Prabantoro, SE., MM

CONSUMER BEHAVIOR IN CHOOSING BEAR BRAND PRODUCTS

ABSTRACT

This study aims to look at consumer behavior in choosing Bear Brand products based on predetermined criteria namely price, location, packaging, promotion and product benefits, and to find out what variants are most in demand by consumers namely Bear Brand Original, Bear Brand Gold White Tea and Bear Brand White Malt.

This research is a descriptive research with a quantitative approach, by using the AHP (Process Hierarchy Analysis) method. The sample used in this study were 21 consumers of several agents in Jakarta by distributing questionnaires using WhatsApp and email.

Based on the results and discussion in this study proves that consumers who choose Bear Brand Original products with the main consideration are the benefits of the product and the promotions that are often carried out.

Keywords : Consumer Behavior, Product Selection, Bear Brand and AHP

DAFTAR ISI

	Halaman
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	18
1.1 Latar Belakang Masalah	18
1.2 Rumusan Masalah	23
1.3 Tujuan Penelitian.....	23
1.4 Manfaat Penelitian.....	24
BAB II KAJIAN PUSTAKA	25
2.1 Review Hasil – Hasil Penelitian Terdahulu	25
2.2 Landasan Teori	27
2.2.1 Harga.....	27
2.2.1.1 Pengertian Harga	27
2.2.1.2 Fungsi Harga	28
2.2.1.3 Tujuan Penetapan Harga	28
2.2.1.4 Jenis - Jenis Harga	30
2.2.2 Lokasi.....	31
2.2.2.1 Pengertian Lokasi	31
2.2.2.2 Penentuan Lokasi	31

2.2.2.3	Faktor Penentu Pemilihan Lokasi Usaha.....	33
2.2.2.4	Faktor-Faktor yang Perlu dipertimbangkan dalam Penentuan Lokasi	36
2.2.3	Kemasan.....	38
2.2.3.1	Pengertian Kemasan	38
2.2.3.2	Fungsi Kemasan	39
2.2.3.3	Tujuan Kemasan.....	40
2.2.3.4	Jenis-Jenis Kemasan.....	41
2.2.3.5	Syarat Kemasan.....	42
2.2.3.6	Bahan Kemasan.....	43
2.2.3.7	Daya Tarik Kemasan	44
2.2.4	Promosi	47
2.2.4.1	Pengertian Promosi.....	47
2.2.4.2	Jenis Jenis Promosi.....	48
2.2.4.3	Manfaat Promosi	49
2.2.4.4	Tujuan Promosi	49
2.2.4.5	Fungsi Promosi.....	50
2.2.4.6	Sasaran Promosi	51
2.2.4.7	Strategi Promosi	52
2.2.4.8	Teknik Promosi	56
2.2.5	Manfaat Produk.....	60
2.2.6	Metode AHP (Analytical Hierarchy Process).....	60
2.2.6.1	Pengertian AHP	60
2.2.6.2	Manfaat AHP.....	61
2.2.6.3	Aksioma – Aksioma AHP	62
2.2.6.4	Prinsip-Prinsip Dasar AHP.....	63
2.2.6.5	Penyusunan Prioritas	65
2.2.6.6	Eigen Value dan Eigen Vector	68
2.2.6.7	Uji Konsistensi Indeks dan Rasio.....	72
2.3	Hubungan Antar Variabel	74
2.3.1	Pengaruh Harga pada Konsumen Dalam Memilih Produk	74

2.3.2	Pengaruh Lokasi pada Konsumen Dalam Memilih Produk.....	74
2.3.3	Pengaruh Kemasan pada Konsumen Dalam Memilih Produk.....	75
2.3.4	Pengaruh Promosi pada Konsumen Dalam Memilih Produk	75
2.3.5	Pengaruh Manfaat Produk pada Konsumen Dalam Memilih Produk.....	75
2.4	Alur Pikir.....	76
BAB III METODE PENELITIAN		78
3.1	Strategi Penelitian.....	78
3.2	Pengumpulan Dan Pengolahan Data	79
3.2.1	Jenis Dan Sumber Data	79
3.2.2	Populasi Dan Sampel	80
3.3	Teknik Analisis Data	81
3.3.1	Pembentukan Hirarki	81
3.3.2	Landasan AHP	82
3.3.3	Prinsip Dasar AHP	83
3.3.4	Fungsi Utama AHP	83
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN		86
4.1	Profile Produk.....	86
4.2	Karakteristik Responden	87
4.3	Kriteria Penilaian Hasil	88
4.4	Hasil Pengolahan Data	89
4.4.1	Prioritas Pilihan Produk Berdasarkan Harga.....	89
4.4.2	Prioritas Pilihan Produk Berdasarkan Lokasi	89
4.4.3	Prioritas Pilihan Produk Berdasarkan Kemasan	90
4.4.4	Prioritas Pilihan Produk Berdasarkan Promosi	91
4.4.5	Prioritas Pilihan Produk Berdasarkan Manfaat Produk	91
4.4.6	Prioritas Pilihan Kriteria Berdasarkan Produk.....	92
4.4.7	Consistensi Ratio.....	93
4.5	Kesimpulan Hasil Pengolahan Data	93
4.6	Penelitian Terdahulu.....	94
4.7	Data Perusahaan	94
4.7.1	Data Perbandingan Penjualan Bear Brand	94

4.7.2	Manfaat dan Kandungan Bear Brand.....	95
4.7.3	Promosi Bear Brand	96
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		97
5.1	Kesimpulan.....	97
5.2	Saran	97
5.3	Keterbatasan dan Pengembangan Dalam Penelitian Selanjutnya	98
DAFTAR PUSTAKA		99
LAMPIRAN.....		101

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel Bab 2

Tabel 2. 1 Matriks Perbandingan Berpasangan.....	66
Tabel 2. 2 Skala Saaty.....	66
Tabel 2. 3 Nilai Random Indeks (RI).....	73

Tabel Bab 3

Tabel 3.1 Perbandingan Skala Verbal dan Skala Numerik.....	80
--	----

Tabel Bab 4

Tabel 4. 1 Prioritas Pilihan Produk Berdasarkan Harga.....	89
Tabel 4. 2 Prioritas Pilihan Produk Berdasarkan Lokasi.....	89
Tabel 4. 3 Prioritas Pilihan Produk Berdasarkan Kemasan.....	90
Tabel 4. 4 Prioritas Pilihan Produk Berdasarkan Promosi.....	91
Tabel 4. 5 Prioritas Pilihan Produk Berdasarkan Manfaat Produk.....	91
Tabel 4. 6 Prioritas Pilihan Kriteria Berdasarkan Produk.....	92
Tabel 4. 7 Hasil Analisa Data.....	93
Tabel 4. 8 Data Perbandingan Penjualan Bear Brand.....	94

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar Bab 2

Gambar 2. 1 Diagram Struktur Hirarki Yang Complete.....	63
Gambar 2. 2 Diagram Struktur Hirarki Yang Incomplete.....	64
Gambar 2. 3 Alur Pikir.....	76

Gambar Bab 3

Gambar 3. 1 Struktur Hirarki Pemilihan Alternatif Merk.....	82
---	----

Gambar Bab 4

Gambar 4. 1 Karakteristik Responden.....	87
Gambar 4. 2 Karakteristik Responden.....	88

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran 1. Data Responden	101
Lampiran 2. Hasil Perhitungan Prioritas Pilihan Produk Berdasarkan Harga	102
Lampiran 3. Hasil Perhitungan Prioritas Pilihan Produk Berdasarkan Lokasi	103
Lampiran 4. Hasil Perhitungan Prioritas Pilihan Produk Berdasarkan Kemasan	104
Lampiran 5. Hasil Perhitungan Prioritas Pilihan Produk Berdasarkan Promosi	105
Lampiran 6. Hasil Perhitungan Prioritas Pilihan Produk Berdasarkan Manfaat Produk	106
Lampiran 7. Hasil Perhitungan Prioritas Pilihan Kriteria Berdasarkan Produk.....	107
Lampiran 8. Surat Pernyataan	108