

DAFTAR ISI

LEMBAR HAK CIPTA	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Kegunaan Penelitian	9
BAB II KAJIAN TEORI, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	10
2.1 Kajian Teori	10
2.1.1 Pariwisata	10
2.1.2 Wisata Kuliner	10
2.1.3 Usaha Jasa Makanan dan Minuman	12
2.1.4 Minuman	12
2.1.5 Tanaman dan Produk Teh	13
2.1.5.1 Proses Produksi Teh	14
2.1.5.2 <i>Blending</i> dan Campuran Teh	15
2.1.5.3 Kandungan Gizi Teh	15
2.1.5.4 Sejarah dan penyebaran Teh	16
2.1.5.5 Budaya Mengonsumsi Teh	16
2.1.5.6 Teknik Pengemasan Teh	17
2.1.6 Produk	17
2.1.6.1 Dimensi Produk	18
2.1.6.2 Alur Perencanaan Produk	19
2.1.7 Persepsi	21
2.1.7.2 Persepsi Konsumen	22
2.2 Kerangka Pemikiran	23
2.3 Hipotesis	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	25
3.1 Objek dan Subjek Penelitian	25
3.2 Metode Penelitian	26
3.3 Operasional Variabel	26

Sigma Adi Setyo, 2014

Analisis Perbandingan Pruduk minuman dalam kemasan teh hitam melati

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3.4 Jenis dan Sumber Data	29
3.5 Populasi dan Sampel	30
3.6 Teknik Sampling	32
3.7 Teknik dan Alat Pengumpulan Data	32
3.8 Teknik Analisis Data	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
4.1 Industri Minuman Dalam Kemasan (MDK) Teh Hitam Melati.....	37
4.1.1 Profil PT. Sinar Sosro	37
4.1.2 Profil PT. Ultrajaya Milk Industry and Trading Co.Tbk	39
4.1.3 Profil PT. Coca Cola Amatil Indonesia	39
4.1.4 Profil PT. Mayora Indah Tbk	40
4.2 Karakteristik Konsumen MDK Teh Hitam Melati di Kota Bandung	40
4.2.1 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Demografi.....	40
4.2.2 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	41
4.2.3 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Pekerjaan	42
4.2.4 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Tingkat Penghasilan	43
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	44
4.3.1 Penilaian Organoleptik Produk MDK Teh Hitam Melati.....	44
4.3.2 Penilaian Merek Produk MDK Teh Hitam Melati	45
4.3.3 Penilaian Label Produk MDK Teh Hitam Melati.....	46
4.3.4 Penilaian Fitur Produk MDK Teh Hitam Melati	47
4.3.5 Penilaian Ukuran Produk MDK Teh Hitam Melati.....	48
4.3.6 Penilaian Jenis Kemasan Produk MDK Teh Hitam Melati.....	49
4.3.7 Rekapitulasi Penilaian Variabel Pada Produk Yang Diuji	50
4.3.8 Pembahasan Produk Sosro Reguler	53
4.3.9 Pembahasan Produk Sosro Less Sugar	53
4.3.10 Pembahasan Produk Teh Kotak.....	54
4.3.11 Pembahasan Produk Frestea	55
4.3.12 Pembahasan Produk Pucuk Harum.....	56
4.4 Analisis dan Pengujian Hipotesis	57
4.4.1 Pengujian Dengan ANOVA	57
4.4.2 Pengujian Dengan T Hitung	57
4.4.3 Pengujian Dengan Koefisien Determinasi.....	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	66
5.2 Saran.....	66

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN – LAMPIRAN

Sigma Adi Setyo, 2014

Analisis Perbandingan Pruduk minuman dalam kemasan teh hitam melati

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

RIWAYAT HIDUP



Sigma Adi Setyo, 2014

Analisis Perbandingan Pruduk minuman dalam kemasan teh hitam melati
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Penduduk Kota Bandung Tahun 2010 – 2012.....	2
Tabel 1.2 Jenis Produk MDK dan Jumlah Volume Penjualan Tahun 2010.....	4
Tabel 1.3 Market Share Produk MDK Teh Sesuai Jenis Rasa Tahun 2006 – 2010.....	5
Tabel 1.4 Jenis Minuman Favorit	6
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	28
Tabel 3.2 Sumber Teori Pendukung Penelitian.....	34
Tabel 4.1 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia dan Jenis Kelamin.....	40
Tabel 4.2 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Tingkat Pendidikan	41
Tabel 4.3 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	42
Tabel 4.4 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Tingkat Penghasilan.....	43
Tabel 4.5 Penilaian Variabel Organoleptik Produk	44
Tabel 4.6 Penilaian Variabel Merek Produk	45
Tabel 4.7 Penilaian Variabel Label Produk	46
Tabel 4.8 Penilaian Variabel Fitur Produk.....	47
Tabel 4.9 Penilaian Variabel Ukuran Produk	48
Tabel 4.10 Penilaian Variabel Kemasan Produk	49
Tabel 4.11 Rekapitulasi Penilaian Variabel Pada Produk Yang Diuji.....	50
Tabel 4.12 Tabel Ringkasan ANOVA Hasil Perhitungan	57
Tabel 4.13 Matrix Korelasi (r) Antar Produk	58
Tabel 4.14 Matrix Hasil Uji T Hitung Perbedaan Antar Produk	59
Tabel 4.15 Matrix Keputusan Perbedaan Antar Produk Berdasarkan Uji T Hitung.....	61
Tabel 4.16 Koefisien Detrminasi Antar Produk.....	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	23
Gambar 4.1 Grafik Konsumen Berdasarkan Usia dan Jenis Kelamin	41
Gambar 4.2 Grafik Konsumen Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	42
Gambar 4.3 Grafik Konsumen Berdasarkan Jenis Pekerjaan	43
Gambar 4.4 Grafik Konsumen Berdasarkan Tingkat Penghasilan	44
Gambar 4.5 Grafik Penilaian Variabel Pada Produk Yang Diuji.....	51
Gambar 4.6 Grafik Peringkat Produk Berdasarkan Penilaian Variabel.....	52
Gambar 4.7 Grafik Peringkat Produk Sosro Reguler.....	53
Gambar 4.8 Grafik Peringkat Produk Sosro Less Sugar.....	53
Gambar 4.9 Grafik Peringkat Produk Teh Kotak.....	54
Gambar 4.10 Grafik Peringkat Produk Frestea.....	55
Gambar 4.11 Grafik Peringkat Produk Pucuk Harum	56
Gambar 4.12 Peringkat Produk Berdasarkan Kemiripan.....	65