

## ABSTRAK

**Annisa Yunia Rahman, 033124. Pengaruh Variasi Produk dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Teh Kotak Ultrajaya** (Survei Pada Mahasiswa FPIPS UPI) dibawah bimbingan Dr.B. Lena Nuryanti, M.Pd. dan Ridwan Purnama, SH.,M.Si.

Persaingan terjadi pada berbagai sektor baik industri jasa dan non jasa. Salah satunya adalah industri minuman, persaingan dalam bisnis yang satu ini cukup tinggi, industri ini cukup menarik untuk dibahas karena di sebagian masyarakat minuman merupakan kebutuhan sehari-hari, terutama teh dalam kemasan sebagai pelengkap makanan yang dikonsumsi oleh masyarakat, sehingga hal ini menyebabkan persaingan diantara berbagai perusahaan dalam menciptakan produk minuman untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Tidak terkecuali Teh Kotak Ultrajaya sebagai pelopor minuman teh dalam kemasan berusaha untuk melakukan strategi variasi produk dan kemasan agar konsumen tidak lari kepada merek lain. Hal ini menunjukkan bahwa persaingan di antara merek-merek minuman teh dalam kemasan semakin ketat

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar tanggapan responden terhadap variasi produk Teh Kotak Ultrajaya, mengetahui tanggapan responden terhadap kemasan Teh Kotak Ultrajaya, mengetahui tanggapan responden terhadap keputusan pembelian Teh Kotak Ultrajaya, mengetahui seberapa besar pengaruh variasi produk terhadap keputusan pembelian Teh Kotak Ultrajaya, mengetahui pengaruh kemasan terhadap keputusan pembelian Teh Kotak Ultrajaya, dan mengetahui seberapa besar pengaruh variasi produk dan kemasan terhadap keputusan pembelian Teh Kotak Ultrajaya pada mahasiswa FPIPS UPI. Penelitian ini menggunakan metode *Explanatory Survey*, sedangkan pengolahan data menggunakan analisis jalur (*path analysis*) melalui bantuan program *SPSS 11.5 for Windows*. Responden dalam penelitian ini berjumlah 70 orang dan jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif

Berdasarkan penelitian, pengaruh variasi produk terhadap keputusan pembelian Teh Kotak Ultrajaya sebesar 61,31% termasuk kategori kuat, dan pengaruh kemasan terhadap keputusan pembelian Teh Kotak Ultrajaya sebesar 53,40% termasuk kategori sedang, sedangkan pengaruh variasi produk dan kemasan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian Teh Kotak Ultrajaya sebesar 67,93% termasuk kategori kuat.

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, dan hidayah-Nya. Karena atas karunia dan kehendak-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Pengaruh Variasi Produk dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Teh Kotak Ultrajaya.

Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Variasi Produk dan Kemasan terhadap Keputusan Pembelian Teh Kotak Ultrajaya (Survei Pada Mahasiswa FPIPS Universitas Pendidikan Indonesia)”** ini disusun dengan tujuan untuk memenuhi salah satu syarat menempuh ujian sidang sarjana pendidikan pada Program Pendidikan Tata Niaga, Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia.

Penulis berusaha dalam pembuatan skripsi ini sebaik dan semaksimal mungkin. Akan tetapi jika terdapat kekurangan dan kesalahan, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan skripsi ini.

Bandung, Januari 2008

Annisa Yunia Rahman

## UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan Syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kenikmatan berupa kesehatan jasmani dan rohani sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, karena skripsi ini tidak akan terwujud tanpa pertolongan-Nya dan kehendak-Nya. Pada kesempatan ini penulis juga mengucapkan terima kasih yang sangat dalam dan penghargaan setinggi-tingginya kepada pihak-pihak yang membantu penyelesaian skripsi ini khususnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Sunaryo Kartadinata, M.Pd. selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
2. Bapak Prof. Dr. H. Suwarma Al Muchtar, SH, M.Pd. selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia.
3. Bapak Dr. Edi Suryadi, M.Si. selaku Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi FPIPS Universitas Pendidikan Indonesia.
4. Ibu Dr. Ratih Hurriyati, M.Si. selaku Ketua Program Studi Pendidikan Tata Niaga Jurusan Pendidikan Ekonomi FPIPS Universitas Pendidikan Indonesia
5. Ibu Dr.B. Lena Nuryanti, M.Pd. selaku Pembimbing I, yang telah memberikan pengalaman yang berharga bagi penulis dan senantiasa membimbing dengan penuh kesabaran , ketelitian serta meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dan juga memberikan kelancaran serta kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.

6. Bapak Ridwan Purnama, SH.,M.Si. selaku Pembimbing II yang telah membimbing serta memberikan pengarahan, kemudahan, dan kelancaran sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.
7. Bapak Drs. H. Hari Mulyadi, M.Si selaku ketua Tim Pengembangan Penulisan Skripsi .
8. Bapak Lili Adi Wibowo, S.Sos., S.Pd., MM. selaku sekretaris Tim Pengembangan Penulisan Skripsi yang telah berbaik hati dalam membimbing dan memberikan kemudahan serta kelancaran penulis selama pembuatan proposal skripsi.
9. Segenap Dosen dan Staf Program Studi Pendidikan Tata Niaga yang telah memberikan bimbingan dan bantuan bagi penulis dalam menyelesaikan studi di Universitas Pendidikan Indonesia.
10. Yang tercinta Ceppy Trian yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya dari awal perkuliahan sampai akhir penulisan skripsi ini, serta selalu memberikan bantuan dalam penyelesaian tugas-tugas kuliah, membimbing dalam penyusunan skripsi ini, dan juga selalu memberikan dukungan serta semangat dengan penuh kasih sayang. Terima kasih untuk semua yang telah kamu berikan. Semua kebaikan dan ketulusan hatimu semoga dapat terbalaskan. kamu adalah orang yang sangat berharga dalam hidupku.
11. Yang tercinta kakak-kakakku, A Ferry dengan penuh kasih sayangnya yang selalu memberikan bantuannya baik materi maupun non materi, sehingga

skripsi ini dapat terselesaikan. Untuk A Titan serta Teh Adhe yang selalu memberikan perhatian dan dukungan.

12. Untuk sahabat-sahabatku, Rani, Rini, Penty, Uie, Niar, Nuy, Dine, Linda. Teman seperjuangan yang selalu memberikan semangatnya Winda Nurseha, Lindayani, Rika, Irham, Ayat, Femi, Donny, Intan, Lisna, Muara, Tommy, Sri, Ririn, Iskandar, Bagus, Irwan.
13. Untuk Ari yang baik hati yang telah memberikan pinjaman buku untuk keperluan penyusunan skripsi ini. Kakak-kakakku di kelas yang selalu menasehati dan memberikan pengalamannya serta selalu menghibur Rommy, Andri, Dado, Erwin, Rudy, Supri. Untuk Febry dan Anton yang dengan senang hati membantu jika ada kesulitan. Ade, Yana Mulyana dan Yana Setiawan yang selalu memberikan hiburan lucu ketika sedih.
14. Untuk teman-teman yang selalu memberikan semangat dan dukungan Dina, Siti, Nunung, Yanti, Santi, Mia, Yuni, Fitri, Vivi, Fitria, Evi, Yayu.
15. Keluarga besar Tata Niaga angkatan 2003 yang tidak bisa disebutkan satu persatu atas kebersamaan selama kuliah dengan segala situasi dan kondisi yang telah kita lalui bersama. Semoga di masa depan kita bisa mengaplikasikan ilmu yang telah kita peroleh dan menjadi orang sukses.
16. Untuk kakak-kakak di Tata Niaga angkatan 2000, 2001, dan 2002 yang selalu memberikan bantuannya serta adik kelas angkatan 2004 yang selalu memberikan dukungan dan semangatnya.

17. Teman-teman seperjuangan PPL di SMK Negeri 11 Bandung, yang selalu memberikan bantuan, dukungan, serta semangat dalam menjalankan tugas PPL dengan penuh keceriaan.
18. Untuk murid-murid ku di SMK Negeri 11 Bandung yang selalu memberikan semangat dan doanya.
19. Teman-teman KKN yang sudah seperti keluarga sendiri, Eko, Shidy, Kiki, Akfen, Tanti, Erlis, Natal yang selalu memberikan pengalaman dan nasehatnya serta dengan penuh kegembiraan dan ketulusan dalam menjalani tugas-tugas KKN, sehingga kita semua menjadi satu keluarga yang bahagia.
20. Untuk Keluarga besar Bapak Sudjadi di Desa Sukaluyu yang telah memberikan tempat pada saat KKN, dan selalu baik hati dalam membimbing dan memberikan nasehat.

Akhirnya sembah sujud dan bakti penulis sampaikan kepada Ayahanda tercinta Drs. Herry dan Ibunda tercinta Tetty Mulyati, yang selalu memberikan perhatian, dukungan, semangat dengan penuh kasih sayang dan cinta, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan lancar. Semoga Allah SWT memberikan balasan atas kemurahan dan amal baik semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Amin.

Bandung, Januari 2008

Annisa Yunia Rahman

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ii
<b>UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....	iii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xxi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah .....	10
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	10
1.2.2 Rumusan Masalah .....	12
1.3 Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian.....	13
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	13
1.3.2 Kegunaan Penelitian .....	14
1.4 Kerangka Pemikiran .....	14
1.5 Hipotesis .....	19
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Konsep Pemasaran .....	21
2.1.1 Definisi Pemasaran.....	21
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	22
2.2 Variasi Produk.....	26
2.2.1 Dampak Variasi Produk dalam Perusahaan .....	29
2.2.2 Masalah-masalah dalam mengelola variasi produk .....	30

2.2.3 Strategi untuk mengelola variasi produk.....	32
2.3 Kemasan .....	36
2.3.1 Tujuan Penggunaan Kemasan .....	39
2.3.2 Syarat Kemasan.....	41
2.3.3 Unsur-unsur kemasan.....	43
2.3.4 Biaya Kemasan.....	55
2.3.5 Rumus AIDA + S untuk pembungkus .....	56
2.3.6 Kemasan Tradisional.....	57
2.3.7 Pembungkus dari plastik .....	58
2.3.8 Kebijakan Merubah Pembungkus .....	60
2.3.9 Tantangan dalam mendesain kemasan.....	60
2.4 Keputusan Pembelian .....	63
2.4.1 Defenisi Keputusan Pembelian .....	63
2.4.2. Model Pengambilan Keputusan Konsumen .....	64
2.4.3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian.....	66
2.4.4. Peran Konsumen dalam Pembelian.....	68
2.4.5. Jenis-jenis Perilaku Pembelian.....	69
2.4.6. Tahap-tahap Pengambilan Keputusan.....	70
2.5 Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	81
2.6 Pengaruh Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian.....	82
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Objek Penelitian .....	84
3.2 Metode Penelitian.....	84
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode Penelitian.....	84
3.2.1.1 Jenis Penelitian Penelitian.....	84
3.2.1.2 Metode Yang Digunakan.....	85
3.3 Operasionalisasi Variabel.....	86
3.4 Jenis dan sumber Data.....	91
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	92
3.5.1 Populasi.....	92



3.5.2 Sampel.....	93
3.5.3 Teknik Sampling.....	94
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	96
3.7 Pengujian Validitas dan Reliabilitas .....	97
3.7.1 Pengujian Validitas.....	97
3.7.2 Pengujian Reliabilitas.....	101
3.8 Teknik Analisis Data.....	104
3.8.1 Analisis Deskriptif.....	105
3.8.2 Analisis Verifikatif.....	105
3.8.2.1 <i>Method of Successive Interval</i> .....	106
3.8.2.2 <i>Path Analysis</i> .....	107
<b>BAB IV PEMBAHASAN</b>	
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	122
4.1.1 Sejarah Singkat PT Ultrajaya Milk Industri & Trading Company .....	122
4.1.2 Deskripsi Usaha PT Ultrajaya Milk Industri & Trading Company.....	123
4.1.3 Struktur Organisasi .....	127
4.2 Karakteristik Responden, serta Pengalaman dan Penilaian Responden terhadap Teh Kotak Ultrajaya .....	128
4.2.1 Karakteristik Responden.....	128
4.2.1.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin... 128	
4.2.1.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia .....	129
4.2.1.3 Karakteristik Responden berdasarkan Uang Saku .....	130
4.2.2 Pengalaman Responden terhadap Teh Kotak Ultrajaya... 131	
4.2.2.1 Pengalaman Responden berdasarkan Tempat Pembelian Teh Kotak Ultrajaya.....	131
4.2.2.2 Pengalaman Responden berdasarkan Frekuensi	

Pembelian Teh Kotak Ultajaya Setiap Minggunya.....	132
4.2.2.3 Pengalaman Responden berdasarkan Jenis Produk yang Sering Dibeli.....	134
4.3 Gambaran Variabel Penelitian .....	135
4.3.1 Tanggapan Responden Terhadap Variasi Produk .....	135
4.3.2 Tanggapan Responden terhadap Kemasan.....	149
4.3.3 Tanggapan Responden terhadap Keputusan Pembelian ..	174
4.4 Pengujian dan Pembahasan Hipotesis Penelitian.....	187
4.4.1 Pengujian Hipotesis Penelitian.....	187
4.4.1.1 Pengujian Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	187
4.4.1.2 Pengujian dan Pembahasan Pengaruh Kemasan terhadap Keputusan Pembelian .....	195
4.4.1.3 Pengujian dan Pembahasan Pengaruh Variasi Produk dan Kemasan terhadap Keputusan Pembelian .....	205
4.4.2 Pembahasan Penelitian.....	211
<b>BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI</b>	
5.1 Kesimpulan .....	216
5.2 Rekomendasi .....	218
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul Tabel	Hal
1.1	Pangsa pasar teh siap minum dalam kemasan 2006-2007 .....	2
1.2	Pilihan utama teh siap minum dalam kemasan.....	3
1.3	Alasan memilih teh siap minum dalam kemasan.....	5
1.4	Tanggapan responden mengenai strategi yang cocok untuk Teh Kotak Ultrajaya .....	6
1.5	Tanggapan responden mengenai jenis pilihan Teh Kotak Ultrajaya .....	8
1.6	Strategi kemasan Teh Kotak Ultrajaya.....	10
3.1	Operasionalisasi variabel.....	87
3.2	Jenis dan sumber data.....	91
3.3	Jumlah mahasiswa FPIPS UPI yang mengkonsumsi Teh Kotak Ultrajaya .....	92
3.4	Daftar penyebaran proporsi sampel.....	96
3.5	Pedoman untuk memberikan klasifikasi pengujian hubungan .....	99
3.6	Hasil pengujian validitas instrumen .....	100
3.7	Interpretasi besarnya koefisien korelasi .....	103
3.8	Hasil pengujian reliabilitas.....	104
3.9	Kriteria Penafsiran Hasil Perhitungan Responden.....	105
4.1	Hasil produksi PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company ..	124

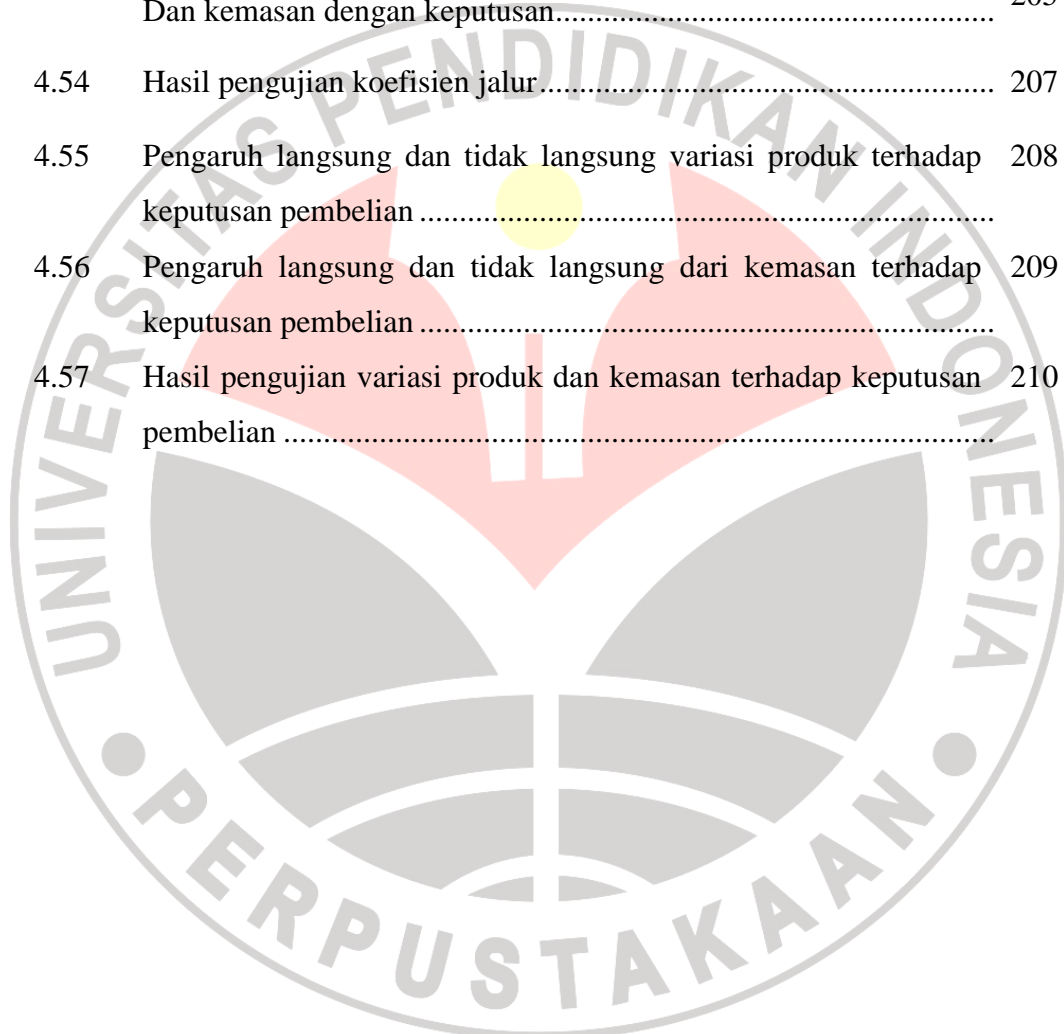
No. Tabel	Judul Tabel	Hal
4.2	Responden berdasarkan jenis kelamin .....	128
4.3	Responden berdasarkan usia .....	129
4.4	Responden berdasarkan uang saku.....	130
4.5	Responden berdasarkan tempat pembelian Teh Kotak Ultrajaya ....	131
4.6	Responden berdasarkan frekuensi pembelian Teh Kotak Ultrajaya setiap minggunya.....	132
4.7	Responden berdasarkan jenis produk yang sering dibeli .....	134
4.8	Tanggapan responden terhadap ukuran.....	136
4.9	Tanggapan responden terhadap keterjangkauan harga Teh Kotak Ultrajaya .....	138
4.10	Tanggapan responden terhadap kewajaran harga Teh Kotak Ultrajaya .....	139
4.11	Tanggapan responden terhadap perbandingan harga Teh Kotak Ultrajaya dengan pesaing .....	141
4.12	Tanggapan responden terhadap rasa Teh Kotak Ultrajaya jenis <i>jasmine tea</i> .....	143
4.13	Tanggapan responden terhadap rasa Teh Kotak Ultrajaya jenis varian <i>blackcurrant</i> .....	144
4.14	Tanggapan responden terhadap rasa Teh Kotak Ultrajaya jenis varian <i>orange</i> .....	145

<b>No.</b>	<b>Judul Tabel</b>	<b>Hal</b>
<b>Tabel</b>		
4.15	Tanggapan responden terhadap rasa Teh Kotak Ultrajaya jenis varian <i>apple</i> .....	147
4.16	Tanggapan responden terhadap rasa khas Teh Kotak Ultrajaya .....	148
4.17	Tanggapan responden terhadap kemenarikan bentuk kemasan Teh Kotak Ultrajaya .....	150
4.18	Tanggapan responden terhadap keamanan bentuk kemasan Teh Kotak Ultrajaya .....	152
4.19	Tanggapan responden terhadap pemilihan bahan kemasan yang tidak mudah bocor .....	154
4.20	Tanggapan responden terhadap pemilihan bahan kemasan yang tidak berbau .....	155
4.21	Tanggapan responden terhadap bahan kemasan yang dapat melindungi isi .....	157
4.22	Tanggapan responden terhadap bahan kemasan yang tahan lama ...	159
4.23	Tanggapan responden terhadap keselarasan warna.....	161
4.24	Tanggapan responden terhadap ketertarikan warna pada kemasan .	162
4.25	Tanggapan responden terhadap kemenarikan gambar pada kemasan Teh Kotak Ultrajaya .....	164
4.26	Tanggapan responden terhadap penempatan gambar yang sesuai pada kemasan Teh Kotak Ultrajaya .....	166

<b>No. Tabel</b>	<b>Judul Tabel</b>	<b>Hal</b>
4.27	Tanggapan responden terhadap informasi kandungan gizi pada label kemasan .....	168
4.28	Tanggapan responden terhadap informasi waktu kadaluarsa pada label kemasan .....	169
4.29	Tanggapan responden terhadap instruksi penggunaan pada label kemasan .....	171
4.30	Tanggapan responden terhadap pencantuman berat bersih pada label kemasan.....	172
4.31	Tanggapan responden terhadap jenis produk yang dikemas dalam kemasan karton .....	175
4.32	Tanggapan responden terhadap jenis produk <i>jasmine tea</i> .....	176
4.33	Tanggapan responden terhadap jenis produk varian rasa.....	178
4.34	Tanggapan responden terhadap bentuk produk.....	179
4.35	Tanggapan responden terhadap kualitas merek .....	181
4.36	Tanggapan responden terhadap kepercayaan terhadap merek .....	182
4.37	Tanggapan responden terhadap saluran penjual.....	184
4.38	Tanggapan responden terhadap waktu pembelian .....	185
4.39	Matriks korelasi antara dimensi variasi produk dengan keputusan pembelian .....	187
4.40	Hasil pengujian koefisien jalur.....	189
4.41	Pengaruh langsung dan tidak langsung dari variasi produk	

<b>No.</b>	<b>Judul Tabel</b>	<b>Hal</b>
<b>Tabel</b>		
	dimensi ukuran terhadap keputusan pembelian .....	191
4.42	Pengaruh langsung dan tidak langsung dari variasi produk dimensi harga terhadap keputusan pembelian.....	192
4.43	Pengaruh langsung dan tidak langsung dari variasi produk dimensi rasa terhadap keputusan pembelian .....	193
4.44	Hasil pengujian pengaruh variasi produk terhadap keputusan pembelian .....	194
4.45	Matriks korelasi antara dimensi kemasan dengan keputusan pembelian .....	195
4.46	Hasil pengujian koefisien jalur.....	197
4.47	Pengaruh langsung dan tidak langsung dari kemasan dimensi bentuk terhadap keputusan pembelian .....	199
4.48	Pengaruh langsung dan tidak langsung dari kemasan dimensi bahan terhadap keputusan pembelian.....	200
4.49	Pengaruh langsung dan tidak langsung dari kemasan dimensi warna terhadap keputusan pembelian .....	201
4.50	Pengaruh langsung dan tidak langsung dari kemasan dimensi gambar terhadap keputusan pembelian .....	202
4.51	Pengaruh langsung dan tidak langsung dari kemasan dimensi label terhadap keputusan pembelian .....	203

<b>No.</b>	<b>Judul Tabel</b>	<b>Hal</b>
<b>Tabel</b>		
4.52	Hasil pengujian pengaruh kemasan terhadap keputusan pembelian .....	204
4.53	Matriks korelasi antara variasi produk Dan kemasan dengan keputusan.....	205
4.54	Hasil pengujian koefisien jalur.....	207
4.55	Pengaruh langsung dan tidak langsung variasi produk terhadap keputusan pembelian .....	208
4.56	Pengaruh langsung dan tidak langsung dari kemasan terhadap keputusan pembelian .....	209
4.57	Hasil pengujian variasi produk dan kemasan terhadap keputusan pembelian .....	210





## DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Hal
1.1	Tanggapan responden mengenai pilihan utama teh siap minum dalam kemasan .....	4
1.2	Tanggapan responden mengenai alasan memilih teh siap minum dalam kemasan .....	6
1.3	Tanggapan responden mengenai strategi yang cocok untuk Teh Kotak Ultrajaya .....	8
1.4	Tanggapan responden mengenai jenis pilihan Teh Kotak Ultrajaya .....	9
1.5	Kerangka pemikiran pengaruh variasi produk dan kemasan terhadap keputusan pembelian Teh Kotak Ultrajaya .....	18
1.6	Paradigma penelitian pengaruh variasi produk dan kemasan terhadap keputusan pembelian Teh Kotak Ultrajaya .....	19
2.1	<i>The Four Ps The Marketing Mix Logistic</i> .....	25
2.2	Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkah laku konsumen Proses pengambilan keputusan .....	66
2.3	Proses pengambilan keputusan .....	71
2.4	Tahapan antara evaluasi alternatif dan keputusan pembelian .....	74
3.1	Struktur kausal antara x1, x2, dan y .....	107
3.2	Diagram jalur hipotesis I .....	108
3.3	Diagram jalur sub struktur hipotesis I .....	109
3.4	Diagram jalur hipotesis II .....	112
3.5	Diagram jalur sub hipotesis II .....	113
3.6	Struktur hipotesis antara x1, x2, dan y .....	117
3.7	Diagram jalur pengujian hipotesis III .....	118
4.1	Struktur organisasi PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company .....	127
4.2	Responden berdasarkan jenis kelamin .....	128
4.3	Responden berdasarkan usia .....	129

<b>No. Gambar</b>	<b>Judul Gambar</b>	<b>Hal</b>
4.4	Responden berdasarkan uang saku .....	131
4.5	Responden berdasarkan tempat pembelian Teh Kotak Ultrajaya ...	132
4.6	Responden berdasarkan frekuensi pembelian Teh Kotak Ultrajaya setiap minggunya .....	133
4.7	Responden berdasarkan jenis produk yang sering dibeli .....	135
4.8	Tanggapan responden terhadap ukuran.....	137
4.9	Tanggapan responden terhadap keterjangkauan harga Teh Kotak Ultrajaya .....	139
4.10	Tanggapan responden terhadap kewajaran harga Teh Kotak Ultrajaya.....	140
4.11	Tanggapan responden terhadap perbandingan harga Teh Kotak Ultrajaya dengan pesaing .....	142
4.12	Tanggapan responden terhadap rasa Teh Kotak Ultrajaya jenis <i>jasmine tea</i> .....	143
4.13	Tanggapan responden terhadap rasa Teh Kotak Ultrajaya jenis varian <i>blackcurrant</i> .....	145
4.14	Tanggapan responden terhadap rasa Teh Kotak Ultrajaya jenis varian <i>orange</i> .....	146
4.15	Tanggapan responden terhadap rasa Teh Kotak Ultrajaya jenis varian <i>apple</i> .....	148
4.16	Tanggapan responden terhadap rasa khas Teh Kotak Ultrajaya .....	149
4.17	Tanggapan responden terhadap kemenarikan bentuk kemasan Teh Kotak Ultrajaya.....	151
4.18	Tanggapan responden terhadap keamanan bentuk kemasan Teh Kotak Ultrajaya .....	153
4.19	Tanggapan responden terhadap pemilihan bahan kemasan yang tidak mudah bocor.....	155
4.20	Tanggapan responden terhadap pemilihan bahan kemasan yang tidak berbau.....	157

<b>No. Gambar</b>	<b>Judul Gambar</b>	<b>Hal</b>
4.21	Tanggapan responden terhadap bahan kemasan yang dapat melindungi isi.....	158
4.22	Tanggapan responden terhadap bahan kemasan yang tahan lama..	160
4.23	Tanggapan responden terhadap keselarasan warna .....	162
4.24	Tanggapan responden terhadap ketertarikan warna pada kemasan.....	163
4.25	Tanggapan responden terhadap kemenarikan gambar pada kemasan Teh Kotak Ultrajaya.....	165
4.26	Tanggapan responden terhadap penempatan gambar yang sesuai pada kemasan Teh Kotak Ultrajaya .....	167
4.27	Tanggapan responden terhadap informasi kandungan gizi pada label kemasan .....	169
4.28	Tanggapan responden terhadap informasi waktu kadaluarsa pada label kemasan .....	170
4.29	Tanggapan responden terhadap instruksi penggunaan pada label kemasan.....	172
4.30	Tanggapan responden terhadap pencantuman berat bersih pada label kemasan .....	173
4.31	Tanggapan responden terhadap jenis produk yang dikemas dalam kemasan karton.....	176
4.32	Tanggapan responden terhadap jenis produk <i>jasmine tea</i> .....	177
4.33	Tanggapan responden terhadap jenis produk varian rasa .....	179
4.34	Tanggapan responden terhadap bentuk produk .....	180
4.35	Tanggapan responden terhadap kualitas merek .....	182
4.36	Tanggapan responden terhadap kepercayaan terhadap merek.....	183
4.37	Tanggapan responden terhadap saluran penjual .....	185
4.38	Tanggapan responden terhadap waktu pembelian .....	186

<b>No. Gambar</b>	<b>Judul Gambar</b>	<b>Hal</b>
4.39	Diagram jalur pengujian hipotesis I.....	190
4.40	Diagram jalur pengujian hipotesis II.....	198
4.41	Diagram jalur pengujian hipotesis III .....	208



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuisisioner
- Lampiran 2 Koding data validitas dan reliabilitas
- Lampiran 3 Hasil uji validitas dan reliabilitas
- Lampiran 4 Koding Data Ordinal Variabel Penelitian
- Lampiran 5 Koding Data Interval Variabel Penelitian
- Lampiran 6 Koding Data Karakteristik dan Pengalaman Responden
- Lampiran 7 Output tanggapan responden variabel X1
- Lampiran 8 Output tanggapan responden variabel X2
- Lampiran 9 Output tanggapan responden variabel Y
- Lampiran 10 Hasil Perhitungan X1 terhadap Y
- Lampiran 11 Hasil Perhitungan X2 terhadap Y
- Lampiran 12 Hasil Perhitungan X1 dan X2 terhadap Y
- Lampiran 13 Data interpolasi
- Lampiran 14 Tabel r
- Lampiran 15 Tabel t
- Lampiran 16 Tabel F
- Lampiran 17 Riwayat Hidup