

**ANALISIS PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN  
DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP MINUMAN TEH SIAP  
MINUM (*READY TO DRINK*) MEREK TEH BOTOL SOSRO  
DI SURAKARTA**

**SKRIPSI**



Oleh :  
**Nabil Mahish**  
**H0816084**

**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS SEBELAS MARET  
SURAKARTA  
2020**

**ANALISIS PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN  
DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP MINUMAN TEH SIAP  
MINUM (*READY TO DRINK*) MEREK TEH BOTOL SOSRO  
DI SURAKARTA**

**SKRIPSI**

Untuk memenuhi sebagian persyaratan  
Guna memperoleh derajat gelar sarjana pertanian  
Pada Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret

Program Studi Agribisnis



Oleh :  
Nabil Mahish  
H0816084

**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS SEBELAS MARET  
SURAKARTA  
2020**

**ANALISIS PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN  
DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP MINUMAN TEH SIAP  
MINUM (*READY TO DRINK*) MEREK TEH BOTOL SOSRO  
DI SURAKARTA**

Yang diajukan dan disusun oleh :

Nabil Mahish

H 0816084

Telah dipertahankan didepan Dewan Penguji

Pada tanggal :

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

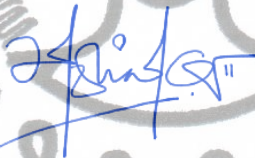
Susunan Dewan Penguji

Ketua



Setyowati, S.P., M.P.  
NIP. 197103221996012001

Anggota I



R.R. Aulia Oonita S.P., M.P.  
NIP. 198211112008122002

Anggota II



Prof. Dr. Ir. Endang Siti Rahayu, M.S.  
NIP. 195701041980032001

Surakarta, 27 Januari 2021

Mengetahui

Universitas Sebelas Maret

Fakultas Pertanian

Dekan



Prof. Dr. Ir. Samanhudi, S.P., M.Si., IPM, ASEAN Eng.  
NIP. 196806101995031003

*commit to user*

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Proses Pengambilan Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minuman Teh Siap Minum (*Ready to Drink*) Merek Teh Botol Sosro di Surakarta” sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana di Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak terwujud tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Allah SWT atas segalanya yang telah diberikan kepada Penulis.
2. Keluarga Bapak, Ibu, Kakak, Adik terima kasih atas segala kasih sayang, dukungan, semangat, doa, dan kesempatan yang diberikan sehingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Prof. Dr. Ir. Samanhudi S.P., M.Si., selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.
4. Ibu Dr. Ir. Sri Marwanti, M.S. selaku Kepala Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.
5. Ibu Setyowati, S.P., M.P. selaku dosen Pembimbing Akademik dan dosen pembimbing utama yang telah mendampingi, memberikan ilmu, memberikan semangat, masukan serta saran dengan sangat baik dan sabar sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Ibu R.R. Aulia Qonita, S.P., M.P. selaku Pembimbing Pendamping yang telah mendampingi dan memberikan ilmu, masukan serta saran dengan sangat baik dan sabar sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Prof. Dr. Ir. Endang Siti Rahayu, M.S. selaku Dosen Penguji Skripsi yang telah memberikan arahan, masukan, serta ilmu yang berharga bagi penulis.
8. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Agribisnis dan Fakultas Pertanian, serta seluruh staff/karyawan Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret, atas

ilmu dan pelayanan yang diberikan selama masa perkuliahan penulis di Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret.

9. Segenap keluarga Cinnamon (Agribisnis angkatan 2016) yang senantiasa menemani, memberi semangat, dukungan dan membagi ilmu selama perkuliahan maupun penulisan skripsi.
10. Teman-teman kontrakan Arga, David, Yayak, Tio, Naim, Dipta, Toha, Achmad, Bagus, Usman, Raffie, dan Farhan yang selalu membantu dalam setiap kondisi.
11. Teman-teman hebat penulis Sarahe, Revi, Lana dan khususnya Enno yang selalu hadir dan membantu dalam menuntaskan skripsi serta kehidupan penulis dalam menempuh gelar Sarjana.
12. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa di dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari sempurna, namun penulis berharap semoga skripsi ini dapat dijadikan sebagai acuan dan tambahan referensi dalam penulisan skripsi di masa yang akan datang.

Surakarta, 27 Januari 2021

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>RINGKASAN .....</b>	<b>ix</b>
<b>SUMMARY .....</b>	<b>xi</b>
<b>I. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Kegunaan Penelitian .....	5
<b>II. LANDASAN TEORI .....</b>	<b>7</b>
A. Penelitian Terdahulu .....	7
B. Tinjauan Pustaka.....	13
1. Teh Botol Sosro .....	13
2. Teh .....	14
3. Teh Siap Minum ( <i>Ready to drink</i> ) .....	15
4. Pemasaran .....	16
5. Perilaku Konsumen.....	17
6. Keputusan Pembelian .....	18
7. Kepuasan Konsumen .....	20
a. Harga.....	21
b. Label .....	23
c. Kemasan .....	23
d. Kualitas Produk .....	24
e. Promosi.....	25
8. <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI) .....	26
9. <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA).....	27
C. Kerangka Teori Pendekatan Masalah .....	29
D. Pembatasan Masalah.....	33
E. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	33
1. Definisi Operasional .....	33
2. Konsep Pengukuran Variabel .....	34
<b>III. METODE PENELITIAN.....</b>	<b>37</b>
A. Metode Dasar Penelitian.....	37
B. Metode Penentuan Lokasi.....	37
C. Metode Pengambilan Sampel .....	38
D. Jenis dan Sumber Data.....	39
1. Data Primer .....	39
2. Data Sekunder.....	40
E. Teknik dan Alat Pengumpulan Data.....	40
1. Teknik Pengumpulan Data .....	40



2. Alat Pengumpulan Data.....	41
F. Metode Pengujian Instrumen.....	42
1. Uji Validitas.....	43
2. Uji Reliabilitas.....	44
3. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	44
G. Metode Analisis Data.....	48
1. Analisis Karakteristik Konsumen.....	48
2. Analisis Proses Pengambilan Keputusan.....	48
3. Analisis Tingkat Kepuasan Terhadap Atribut Produk.....	49
a. <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI).....	49
b. <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA).....	51
<b>IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>54</b>
A. Gambaran Umum Produk Teh Botol Sosro.....	54
B. Kondisi Umum Lokasi Penelitian.....	54
1. Kondisi Geografis.....	54
2. Keadaan Penduduk.....	56
C. Hasil dan Pembahasan.....	60
1. Karakteristik Responden.....	60
2. Karakteristik dalam Proses Pengambilan Keputusan.....	66
3. Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen.....	72
4. Analisis <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA).....	73
5. Rekomendasi Strategi Meningkatkan Kepuasan Konsumen.....	82
6. Pembahasan.....	89
<b>V. KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>95</b>
A. Kesimpulan.....	95
B. Saran.....	96
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Hasil Proyeksi Konsumsi Teh Untuk Konsumsi Rumah Tangga Tahun 2016-2020.....	1
Tabel 2.	Data Kekuatan Minuman Teh Dalam Kemasan Tahun 2015-2019 .....	2
Tabel 3.	Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Analisis Proses Pengambilan Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minuman Teh Siap Minum ( <i>Ready to Drink</i> ) Merek Teh Botol Sosro di Surakarta .....	11
Tabel 4.	Skor / Nilai Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja .....	35
Tabel 5.	Variabel dan Indikator Penelitian.....	35
Tabel 6.	Rata-Rata Pengeluaran Perkapita Sebulan Menurut Kelompok Komoditas dan Kelompok Pengeluaran (Rupiah) Makanan dan Minuman Jadi se-Karesidenan Surakarta.....	38
Tabel 7.	Interpretasi Koefisien r.....	44
Tabel 8.	Hasil Uji Validitas .....	45
Tabel 9.	Hasil Uji Reliabilitas .....	47
Tabel 10.	Jenis Produk Teh Botol Sosro .....	54
Tabel 11.	Luas Wilayah Menurut Kecamatan di Kota Surakarta.....	56
Tabel 12.	Jumlah Penduduk Berdasarkan Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kota Surakarta Tahun 2018 .....	57
Tabel 13.	Jumlah Penduduk Berumur 15 Tahun Keatas Menurut Pendidikan Tertinggi yang Ditamatkan dan Jenis Kegiatan di Kota Surakarta 2018.....	58
Tabel 14.	Jumlah Penduduk Berumur 15 Tahun ke Atas Menurut Lapangan Pekerjaan Utama dan Jenis Kelamin di Kota Surakarta Tahun 2018.....	59
Tabel 15.	Karakteristik Responden menurut Jenis Kelamin .....	61
Tabel 16.	Karakteristik Responden Menurut Kelompok Umur .....	62
Tabel 17.	Karakteristik Responden Menurut Tingkat Pendidikan .....	63
Tabel 18.	Karakteristik Responden menurut Pekerjaan .....	64
Tabel 19.	Karakteristik Responden Menurut Tingkat Pendapatan.....	65
Tabel 20.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengenalan Kebutuhan .....	66
Tabel 21.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pencarian Informasi .....	67
Tabel 22.	Karakteristik Responden Berdasarkan Evaluasi Alternatif.....	68
Tabel 23.	Karakteristik Responden Berdasarkan Keputusan Pembelian .....	69
Tabel 24.	Karakteristik Responden Berdasarkan Perilaku Pasca Pembelian .....	70
Tabel 25.	Perhitungan <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI) .....	72
Tabel 26.	Strategi Harga.....	83
Tabel 27.	Strategi Kemasan.....	84
Tabel 28.	Strategi Label .....	85
Tabel 29.	Strategi Kualitas Produk.....	87
Tabel 30.	Strategi Promosi .....	88



**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1. Diagram Kartesius.....	29
Gambar 2. Kerangka Pemikiran Pendekatan Masalah.....	32
Gambar 3. Diagram Kartesius.....	52
Gambar 4. Diagram Kartesius IPA Atribut Teh Botol Sosro.....	74



*commit to user*

## RINGKASAN

**Nabil Mahish. H0816084. 2020. “Analisis Proses Pengambilan Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minuman Teh Siap Minum (*Ready to Drink*) Merek Teh Botol Sosro di Surakarta”.** Dibimbing oleh Setyowati S.P., M. P. dan R.R. Aulia Qonita S.P., M.P. Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Teh merupakan minuman yang dapat diterima oleh seluruh lapisan masyarakat. Perubahan pola konsumsi ke hal yang lebih praktis ini mengakibatkan berkembangnya industri teh. Perusahaan yang memproduksi produk minuman dari teh mengembangkan berbagai produk guna memenuhi keinginan konsumen yang menginginkan kepraktisan. Sinar Sosro memperkenalkan Teh Botol Sosro sebagai salah satu minuman teh *ready to drink* dan menjadi pelopor teh siap minum di Indonesia. Seiring berjalannya waktu muncul banyak merek teh *ready to drink* dengan disertai meningkatnya persaingan bisnis teh siap minum. Sinar Sosro perlu untuk selalu meningkatkan keputusan pembelian dan kepuasan konsumen dengan didukung adanya strategi pemasaran yang tepat dan efektif sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Berdasarkan hal tersebut peneliti mengadakan penelitian tentang proses pengambilan keputusan pembelian dan kepuasan konsumen Teh Botol Sosro di Surakarta.

Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan teknik penyebaran kuesioner melalui *google form*. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive sampling*) yaitu Kota Surakarta. Metode penentuan responden adalah dengan *accidental sampling* dengan jumlah responden adalah 100 responden. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner secara online kepada responden dan pencatatan. Analisis data yang digunakan yaitu Analisis deskriptif, *Customer Satisfaction Index* (CSI), dan *Importance Performance Analysis* (IPA) dengan menggunakan *software Microsoft Excel 2010* dan *SPSS Versi 26*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam tahapan proses pengambilan keputusan pembelian Teh Botol Sosro responden dalam pengenalan kebutuhan memilih motivasi karena rasanya enak dan pembelian rata-rata satu kali dalam sebulan, pencarian informasi dari sumber komersial, dalam evaluasi alternatif dilihat dari rasanya, dalam keputusan pembelian dilakukan secara mendadak dengan inisiatif sendiri dan membeli di minimarket, tahapan pasca pembelian konsumen puas dan bersedia membeli kembali. Hasil perhitungan dari *Customer Satisfaction Index* (CSI) secara keseluruhan konsumen merasa sangat puas dengan kinerja Teh Botol Sosro dengan nilai index sebesar 83,33%. Strategi yang direkomendasikan pada Sinar Sosro yaitu pihak Sinar Sosro dapat mempertahankan atribut yang telah memuaskan konsumen, yaitu harga terjangkau, kesesuaian harga dengan kualitas, kemasan mampu melindungi produk, kemasan mempermudah penyimpanan, ketersediaan tanggal kadaluarsa, jaminan halal dan izin Departemen Kesehatan, informasi komposisi produk, ketersediaan/mudah didapat, produk memberikan kepuasan, dan kepraktisan produk. Atribut yang memiliki prioritas rendah untuk dilakukan perbaikan yaitu

warna kemasan, desain kemasan, ukuran bervariasi, ketersediaan *call center*, rasa (manis), *less sugar*, kuantitas penayangan iklan dan kualitas penyampaian iklan. Saran yang diberikan untuk PT Sinar Sosro yaitu melakukan inovasi desain dan warna pada kemasan produk Teh Botol Sosro agar konsumen tidak bosan, menjadikan akun resmi pada media sosial Teh Botol Sosro sebagai media penyampaian kritik dan saran konsumen khususnya *instagram* dan *facebook*, menjadi sponsor sebuah acara dan melakukan kunjungan ke tempat-tempat tertentu seperti sekolah atau universitas.



## SUMMARY

**Nabil Mahish. H0816084. 2020. "Analysis of the Decision-Making Process of Purchase and Consumer Satisfaction To Drink Ready to Drink Tea (*Ready to Drink*) Brand Teh Botol Sosro di Surakarta".** Guided by Setyowati, S. P., M. P. and R. R. Aulia Qonita S. P., M. P. , Faculty of Agriculture, University of Sebelas Maret Surakarta.

Tea is a drink that can be accepted by the whole society. Changes in consumption patterns to more practical things, this resulted in the development of the tea industry. A company that produces products from tea to develop a variety of products to meet the wishes of san who want practicality. Sinar Sosro introduce Teh Botol Sosro as one of the tea beverage is *ready to drink* and a pioneer of the ready to drink tea in Indonesia. Over the time appears a lot of brands of tea *ready to drink* , accompanied by the increasing business competition and the tea is ready to drink. Sinar Sosro need to always improve purchasing decisions and customer satisfaction supported by the presence of the right marketing strategy and effective in accordance with the wishes and needs of consumers. Based on this the researcher conducted research on the process of purchase decision making and consumer satisfaction of Teh Botol Sosro in Surakarta.

The basic method used in the penany years of research this is the method descrtptif with the technique of distributing the questionnaire through *google form*. Determining the location of the research done intentionally (*purposive sampling*) that the City of Surakarta. The method of the determination of the respondent is with *accidental sampling* with the number of respondents is 100 respondents. The technique of data collection is done by questionnaire for the online to the respondents and recording. Data analysis used is descriptive Analysis, *Customer Satisfaction Index* (CSI), and *Importance Performance Analysis* (IPA) by using the *software Microsoft Excel 2010* and *SPSS Version 26*.

The results of this study show that in the stages of the purchase decision making process of Teh Botol Sosro respondents in the introduction of the requirement of selecting motivation because it feels good and average purchase one time in a month, search for information from the source commercial, in the evaluation of alternative views of it, in the decision of purchase of a sudden with their own initiative and buy at a grocery / convenience store, the stages of post-purchase customer satisfied and willing to buy back. The results of the calculation of the *Customer Satisfaction Index* (CSI) of the overall consumer feel very satisfied with the performance of Teh Botol Sosro with the value of the index of 83,33%. The recommended strategy on the Sinar Sosro is the Sinar Sosro can maintain the attributes that have been satisfying consumers, i.e. an affordable price, the suitability of the prices with the quality, packaging to protect the product, packaging to facilitate storage, the availability of the expiration date, the guarantee of halal and permission of the Department of Health, information on the composition of the product, availability/easily obtainable, the product give satisfaction, and the practicality of the product. Attributes that have low priority to be done to improve is the color of the packaging, packaging design, size vary, the availability of *call center*, taste (sweet), *less sugar*, the quantity of ad delivery,

and the quality of the delivery of ads. The advice given to PT Sinar Sosro that is the innovation design and the colors on the packaging of the product Teh Botol Sosro so consumers do not get bored, make the official account on social media Teh Botol Sosro as the delivery of media criticism and suggestions consumers, especially *instagram* and *facebook*, became a sponsor of an event and make a visit to certain places such as school or university.

