

Nama P.T.S : UNIVERSITAS SURABAYA

Fakultas : EKONOMI

ABSTRAK SKRIPSI

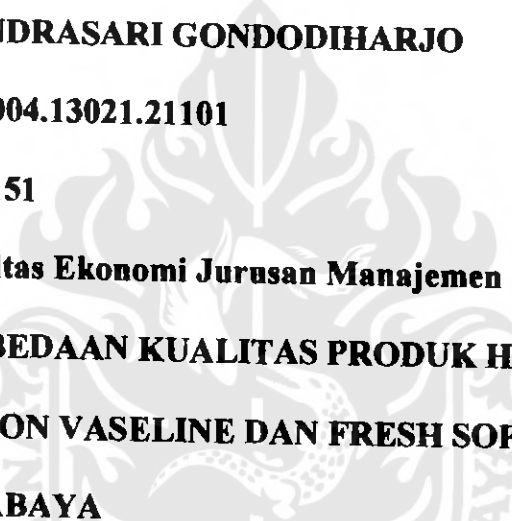
Nama : CIENDRASARI GONDODIHARJO

Nirm : 93.7.004.13021.21101

Nomor Pokok : 3932151

Program Studi : Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen

**Judul : PERBEDAAN KUALITAS PRODUK HAND BODY
LOTION VASELINE DAN FRESH SOFT SENSE DI
SURABAYA**



RINGKASAN ISI :

Saat ini banyak beredar produk-produk yang memiliki kegunaan yang sama tetapi sangat berbeda dengan produk yang lainnya baik dari segi kemasan, merek, bentuk, ataupun manfaat tambahan yang disertakan dalam produk tersebut. Salah satunya disini adalah produk hand body lotion itu sendiri yang juga banyak bermunculan di masyarakat yang telah mengalami diferensiasi dari produk-produk yang lain, sehingga dengan sendiri persaingan antar produk hand body lotion tidak terelakkan lagi.

Banyaknya produk hand body lotion untuk kulit yang beredar di masyarakat membuat konsumen mempunyai banyak alternatif pilihan serta semakin kritis, hati-hati dan selektif dalam memilih. Hal ini disebabkan produk hand body lotion itu sendiri bagi konsumennya merupakan salah satu barang kebutuhan sehari-hari yang digunakan secara teratur untuk perawatan kulitnya dengan harapan dapat memberikan nilai tambah terhadap penampilannya.

Saat ini produsen sendiri juga dituntut untuk dapat berorientasi pada konsumennya. Oleh karena itu perusahaan tidak hanya dituntut untuk menawarkan produk yang berkualitas, menjual produk yang berkualitas, melayani konsumen, akan tetapi juga harus dapat memuaskan konsumennya melalui produk dan jasa yang menjadi keinginan, kebutuhan dan harapan dari konsumen itu sendiri. Sehingga nantinya konsumen yang telah yakin bahwa suatu produk memiliki kualitas yang baik dan telah puas terhadap produk tersebut akan memberikan keuntungan bagi badan usaha itu sendiri , karena konsumen yang puas akan terus

menggunakan produk tersebut bahkan mungkin akan merekomendasikan pada konsumen lain.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya perbedaan kualitas produk hand body lotion Vaseline dan Fresh Soft Sense berdasarkan persepsi konsumen serta untuk mengetahui atribut produk manakah yang paling menonjol. Perbedaan kualitas produk ini ditinjau dari lima aras produk yaitu manfaat inti (*core benefit*), produk generik (*generic product*), produk yang diharapkan (*expected product*), produk tambahan (*augmented product*), dan produk potensial (*potential product*).

Metode pengolahan data dengan menggunakan statistik deskriptif yaitu rata-rata (*mean*) dan simpangan baku (*standard deviation*), sedangkan pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan *uji t independent samples*. Prosedur pengumpulan data yang digunakan adalah *non probability sampling*, sedangkan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *quota sampling*. Sedangkan aras dan skala pengukuran yang digunakan adalah *semantic differential scale* dan *skala interval*, dimana responden diminta untuk memberi penilaian pada serangkaian pernyataan yang diukur dalam tujuh skala.

Waktu yang dibutuhkan dalam penelitian ini kurang lebih dua bulan, dimulai bulan September sampai dengan bulan November. Hasil penelitian yang diperoleh yaitu terdapat perbedaan kualitas produk pada lima aras produknya antara hand body lotion Vaseline dan Fresh Soft Sense. Bila ditinjau per elemen kualitas produk pada aras *core benefit*, *generic product*, dan *expected product*

terdapat perbedaan kualitas produk sedangkan pada aras *augmented* dan *potential product* tidak terdapat perbedaan kualitas produk.

Obyek penelitian yang dipilih adalah hand body lotion Vaseline yang diproduksi oleh PT. Unilever Indonesia dan hand body lotion Fresh Soft Sense yang diproduksi oleh PT. Johnson & Son atas dasar hasil sigi pendahuluan terhadap produk hand body lotion yang paling banyak dikonsumsi oleh konsumennya di Surabaya khususnya di wilayah Surabaya Selatan.

Berdasarkan perhitungan rata-rata kualitas produk Fresh Soft Sense lebih unggul dari Vaseline, akan tetapi bila ditinjau per elemen kualitas produk untuk aras core benefit, *augmented product*, dan *potential product* Vaseline lebih unggul dari Fresh Soft Sense. Sedangkan dari perhitungan simpangan baku penilaian responden Vaseline lebih homogen dari pada penilaian responden Fresh Soft Sense.

Berdasarkan hasil uji hipotesisnya pada lima aras produk terdapat perbedaan, akan tetapi bila ditinjau per aras kualitas produk untuk aras core benefit, *generic product*, dan *expected product* yang menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan diantara kedua hand body lotion tersebut, sedangkan pada aras *augmented* dan *potential product* tidak terdapat perbedaan kualitas produk. Perbedaan yang terjadi disebabkan adanya perbedaan persepsi dan perbedaan dalam keinginan, kebutuhan dan harapan dari konsumen.

Bagi PT. Unilever Indonesia sebagai produsen dari Vaseline diharapkan untuk lebih menitik beratkan pada aras *generic product* dan *expected product* yang

juga memberikan kontribusi yang besar dalam hal memperbarui kemasan, kepraktisan penggunaan, dan keharuman dari lotion sebagai pertimbangan utama konsumen dalam memilih hand body lotion disamping aras produk yang lain juga perlu untuk dipelihara.

Bagi PT. Johnson & Son sebagai produsen Fresh Soft Sense diharapkan untuk lebih menitik beratkan pada aras *core benefit* dalam hal kemampuannya untuk menghaluskan kulit sebagai pertimbangan utama konsumen dalam memilih hand body lotion disamping aras produk yang lain juga dipelihara.

Surabaya,


Mahasiswa yang bersangkutan



CIENDRASARI GONDODIHARJO

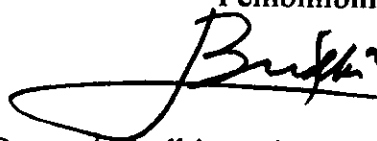
Mengetahui

Pembimbing I



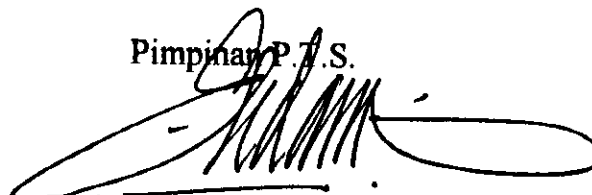
Heru Suprihadi, S.E.,M.S

Pembimbing II



Drs.ec.A.Budhiman Setyawan, MSIE

Pimpinan P.T.S.



Endang Ernawati, S.E.,M.Si