

**STRATEGI DIFERENSIASI PRODUK DAN  
PENGARUHNYA TERHADAP IMAGE KONUMEN  
PADA AIR MINUM AQUA**



**DISUSUN OLEH  
R. DARMAWAN HARY PURNAMA  
2001041 0035**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**STRATEGI DIFERENSIASI PRODUK DAN PENGARUHNYA  
TERHADAP IMAGE KONSUMEN PADA AIR MINUM AQUA**

**SKRIPSI**

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada  
Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh  
**R. Darmawan Hary Purnama**  
20010410035

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2005**

**SKRIPSI**  
**STRATEGI DIFERENSIASI PRODUK DAN PENGARUHNYA**  
**TERHADAP IMAGE KONSUMEN PADA AIR MINUM AQUA**



Telah disetujui Dosen Pembimbing  
Pembimbing I



Tanggal 8 December 2005

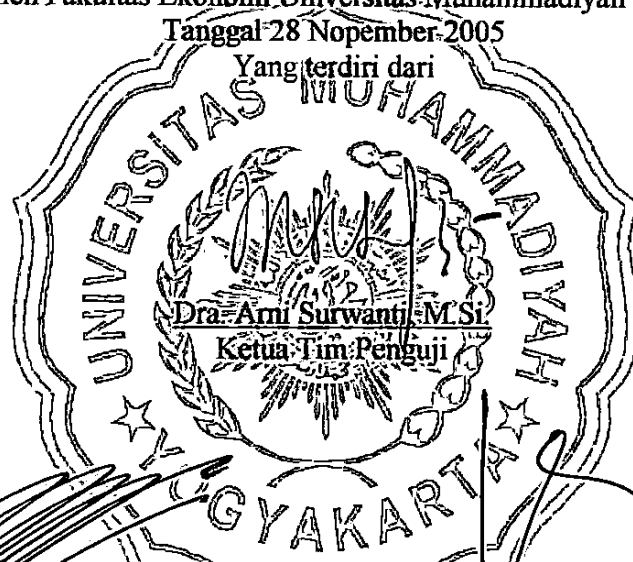
**SKRIPSI**  
**STRATEGI DIFERENSIASI PRODUK DAN PENGARUHNYA**  
**TERHADAP IMAGE KONSUMEN PADA AIR MINUM AQUA**

Diajukan oleh

R. DARMAWAN HARY PURNAMA  
20010410035

Skripsi ini telah Dipertahankan dan disahkan didepan Dewan Penguji Program Studi  
Manajemen Fakultas Ekonomi-Universitas Muhammadiyah Yogyakarta  
Tanggal 28 Nopember 2005

Yang terdiri dari



Misbahul Anwar, S.E., M.Si.  
Anggota Tim Penguji

Ika Nurul Qamari, S.E., M.Si.  
Anggota Tim Penguji

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Misbahul Anwar, S.E., M.Si.  
NIK: 143014

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

## MOTTO

- ✦ Allah akan meninggikan orang-orang beriman diantara kalian dan orang-orang yang berilmu beberapa derajat. (Qs.: Al-Mujadilah: 11)
- ✦ Bertanyalah kepada ahli ilmu jika kamu tidak mengetahui. (Qs.: Al-Anbiya')
- ✦ Barang siapa yang menempuh suatu jalan untuk mencari ilmu, niscaya Allah mudahkan baginya jalan menuju ke surga. (HRD Muslim)

## **PERSEMBAHAN**

*Karya ilmiah ini kupersembahkan kepada:*

- ❖ *Umi dan Abi Tercinta*
- ❖ *Saudara-saudaraku yang selalu kucintai*
- ❖ *Sahabat-sahabatku yang selalu mendukungku*

## KATA PENGANTAR



Segala puji hanya bagi Allah, Rabb semesta alam, karena atas karunia dan rohmat-Nya penulis mendapatkan kemudahan dalam penulisan skripsi dengan judul “Strategi Diferensiasi Produk Dan Pengaruhnya Terhadap Image Konsumen Pada Air Minum Aqua”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjan pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan masukan bagi organisasi atau perusahaan dalam membangun image melalui diferensiasi produk dan memberikan ide pengembangan bagi penelitian selanjutnya.

Penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Misbahul Anwar, SE., M.Si. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Drs. Susanto, MS. Pembimbing skripsi yang dengan kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian skripsi ini.
3. Ibu dan Bapak serta saudara-saudaraku yang telah senantiasa memberikan

1. dan perhatian kepada penulis hingga dapat menyelesaikan



4. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir (skripsi) ini.

Karena terbatasnya pengetahuan dan pengalaman yang penulis miliki, penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari sempurna. Semoga laporan ini berguna

## **UCAPAN TERIMAKASIH**

*Dalam penulisan skripsi ini banyak pihak yang membantu, baik secara materi maupun secara moral, untuk itu penulis mengucapkan terimakasih kepada:*

- 1. Umi dan Abi yang senantiasa mencurahkan kasih sayang dan perhatiannya kepada penulis, sehingga penulis merasa tenang dalam menyelesaikan karya ilmiah ini.*
- 2. Saudara-saudaraku (Mas Barman, Mas Fajar, Mbak Dwi, Mas Edi, Adik Ismi), dan terutama terimakasih untuk Mbak Dwi karena telah memberikan komputer kepada penulis untuk menyelesaikan karya ilmiah ini.*
- 3. Teman-teman Tourholic (Alfian Efendi, SE., Iwan Ardianto, SE., Ari Adi Anggoro, SE., Yogo Porwanto, SE., Edi Purnadi, SE., Muhamad Kurniawan, SE., Arif Ibnu Hamdan, SE., Ika Rian Hidayat, CSE., Bowo Saputro, CSE.) terimakasih atas arahan dan dukungan kalian.*
- 4. Teman-teman kos "88" (CDr. Andi, Anda CST, Widya Besar N., CSIP, Supriono, CSE., M. Ikhsan, CSHI, Fatur Rohman, CSE., Surono CSE., Gunawan Wibisono CSIP., Bagus, CSE., Irsam Kurniawan CSE., dan bapak kos) terimakasih atas segala bantuan kalian.*
- 5. Mantan kos "88" (Ahmad Safrudi SIP, Lintang Ranandityo, SHI., Listyo Nugroho, SE., Lilik CSE., Muhamad Zaki CSHI.).*
- 6. Untuk semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, trimakasih atas bantuannya baik materi maupun spiritual*

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
INTISARI.....	vi
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Batasan Masalah Penelitian .....	3
C. Rumusan Masalah Penelitian.....	3
D. Tujuan Penelitian .....	4
E. Manfaat Penelitian .....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	6
A. Landasan Teori .....	6
1. Definisi Strategi Perencanaan .....	6

2. Pengertian Manajemen Strategi .....	7
3. Image Konsumen.....	8
4. Perilaku Konsumen .....	10
5. Keterkaitan Antara Image Konsumen dengan Prilaku Konsumen.....	13
6. Strategi Diferensiasi Produk.....	13
7. Sifat Diferensiasi dan Keunggulan Diferensiasi .....	15
8. Harga .....	19
9. Kemasan .....	20
10. Rasa .....	21
11. Merek .....	21
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	22
C. Hipotesis .....	22
D. Model Penelitian.....	24
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>25</b>
A. Subyek Penelitian .....	25
B. Jenis Data.....	25
C. Teknik Pengambilan Sampel .....	25
D. Teknik Pengumpulan Data.....	26
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	27
F. Uji Kualitas Data .....	29
G. Uji Hipotesis dan Analisis Data .....	30

BAB 1V	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	33
A.	Gambaran Umum Subyek/Obyek Penelitian.....	33
1.	Keadaan Geografi, Wilayah dan Kependudukan.....	33
2.	Gambaran Umum Konsumen .....	34
3.	Gambaran Umum Perusahaan dan Produk .....	35
B.	Uji Kualitas Data .....	37
1.	Uji Validitas .....	38
2.	Uji Reliabilitas .....	39
C.	Hasil Penelitian (Uji Hipotesis).....	39
D.	Pembahasan (Interpretasi).....	45
BAB V	KESIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN	
	PENELITIAN.....	47
A.	Simpulan.....	47
B.	Saran.....	48
C.	Keterbatasan Penelitian.....	49

## DAFTAR TABEL

	Halaman
3.1. Skala SimatikDiferensial .....	29
4.1. Jumlah Kecamatan,Desa/Kelurahan dan Luas Wilayah Kecamatan, Desa/Kelurahan.....	32
4.2. Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin .....	34
4.3. Daftar Harga Aqua.....	35
4.4. Hasil Pengujian Uji Validitas .....	38
4.5. Hasil Uji Reliabilitas .....	39
4.6. Nilai Koefisien Berradi	41

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Model Penelitian	24