

**ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
TUPPERWARE DI CABANG CIPINANG**

**UMI AMALIAH
8223128308**



**Karya Ilmiah ini Disusun Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Mendapatkan Gelar Ahli Madya Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Jakarta**

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2015**

**ANALYSIS OF PRODUCT PURCHASING DECISIONS
TUPPERWARE IN BRANCH CIPINANG**

**UMI AMALIAH
8223128308**



**Scientific Work report was written to fulfill one of the requirements to get
Expert Associate Degree In Economics Faculty of the State University of
Jakarta**

**STUDY PROGRAM OF D-III MARKETING MANAGEMENT
DEPARTMENT OF MANAGEMENT
FACULTY OF ECONOMIC
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
2015**

ABSTRAK

UMI AMALIAH. 2015. 8223128308. Analisis Keputusan Pembelian Produk Tupperware Di Cabang Cipinang. Program studi D-III Manajemen Pemasaran. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta.

Karya Ilmiah ini dibuat dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana konsumen dalam memilih keputusan pembelian terhadap produk Tupperware di cabang cipinang. Dan untuk mengetahui bagaimana tanggapan konsumen tentang produk tupperware. Dimensi dari keputusan pembelian yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, perilaku pasca pembelian, metode yang digunakan dalam pengumpulan data melalui studi pustaka, survei dan penyebaran kuesioner.

Hasil analisis dari 100 responden 89% dikarenakan bahwa konsumen melakukan pembelian produk tupperware karena merasa puas. 91% dikarenakan bahwa konsumen akan membeli produk tupperware lagi secara berkala karena konsumen merasa puas dengan produk tupperware. 84% dikarenakan bahwa konsumen akan menjadi pelanggan tupperware. Dan 88% dikarenakan bahwa konsumen akan memberikan rekomendasi produk tupperware kepada teman, keluarga dan orang lain.

Katakunci : keputusan pembelian, tupperware

ABSTRACT

UMI AMALIAH. 2015. 8223128308. Analisis Keputusan Pembelian Produk Tupperware Di Cabang Cipinang. D-III Program Study Marketing Management. Department of Management. Faculty of Economic. Jakarta State University.

This scientific work was made in order to determine how consumers in choosing the purchasing decisions for products tupperware in the branch cipinang. And to find out how consumer responses about products tupperware. The dimensions of the purchasing decisions that introduction of the problem, information search, evaluation of alternatives, purchase decision, post-purchase behavior, the method used in data collection are through library research, survey and questionnaires.

Results of analysis of 100 respondents, 89% because that consumers make purchases Tupperware products because they feel satisfied. 91% because that the consumer will buy the product again tupperware regularly because consumers are satisfied with the product tupperware. 84% because that consumers will become customers tupperware. And 88% because that consumers will make recommendations tupperware products to friends, family and others.


Keyword :purchasing decisions, tupperware.

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN

Pembimbing

Tanda tangan

Tanggal



Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si

NIP. 197206171999031001




29 Juni 2015

Ketua Jurusan Manajemen

Jakarta, 29 Juni 2015

Ketua Program Studi



Dr. Hamidah, SE, M.Si

NIP. 195603211986032001



Dra. Umi Mardiyanti, M.Si

NIP . 195702211985032002

LEMBAR PENGESAHAN

Lembar Pengesahan Ujian
Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta



Drs. Dedi Purwana E.S., M.Bus
NIP. 196712071992031001

Nama
Ketua Penguji

Tanda Tangan

Tanggal

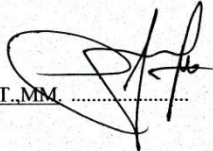
Dra. Umi Mardiyati, M.Si
NIP. 195702211985302002



10 Juli 2015

Penguji Ahli

Agung Kresnamurti Rivai, ST., MM.
NIP. 197404162006041001



8 Juli 2015

Dosen Pembimbing

Setyo Ferry Wibowo, SE., M.Si
NIP. 197206171999031001



8 Juli 2015

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Karya Ilmiah yang berjudul **“ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK TUPPERWARE DI CABANG CIPINANG”**.

Karya Ilmiah ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk mendapatkan gelar ahli madya di bidang Pemasaran pada Jurusan Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Penulis menyadari bahwa Karya Ilmiah ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu praktikan berterima kasih kepada :

1. Setyo Ferry Wibowo, S.E., M.Si selaku Pembimbing Karya Ilmiah.
2. Drs. Dedi Purwana, E.S., M. Bus selaku Dekan Fakultas Ekonomi.
3. Dr. Hamidah, M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen
4. Dra. Umi Mardiyati, M.Si. selaku Ketua Program Studi D-III Manajemen Pemasaran.
5. Ibu Mia selaku HRD tupperware di cabang Cipinang
6. Seluruh staf dan karyawan tupperware di cabang Cipinang
7. Seluruh dosen dan staf administrasi FE-UNJ.
8. Kedua Orangtua (Bahrun & Harmilah), kaka (Fuji & Nuraeni) dan seluruh keluarga tercinta yang telah memberikan perhatian, bantuan dan dukungan yang telah diberikan selama ini baik secara materil maupun moril, dalam menyelesaikan Laporan Karya Ilmiah

9. Rekan-rekan mahasiswa terutama teman-teman DIII-PEMASARAN 2012.

Semoga Allah SWT melipat gandakan pahala kepada mereka semua atas bantuan dan dorongannya sehingga praktikan dapat menyelesaikan laporan praktik kerja lapangan ini. Kiranya hasil penulisan Karya Ilmiah ini dapat memberikan manfaat untuk banyak orang.

Jakarta, 1 Juli 2015

Penulis