

**ANALISIS PERILAKU PERPINDAHAN KONSUMEN TERHADAP
PEMAKAIAN AIR MINERAL DALAM KEMASAN DENGAN
MENGUNAKAN MARKOV CHAIN**

(Studi Kasus : Kecamatan Manyar dan Kecamatan Gresik)

SKRIPSI



Oleh :

MUHAMMAD LAZIM

No. Reg : 06612021

PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI

FAKULTAS TEKNIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK

2012

SKRIPSI

**ANALISIS PERILAKU PERPINDAHAN KONSUMEN TERHADAP
PEMAKAIAN AIR MINERAL DALAM KEMASAN DENGAN
MENGUNAKAN MARKOV CHAIN**

(Studi Kasus : Kecamatan Manyar dan Kecamatan Gresik)

Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Teknik

Program Studi Industri S-1 Fakultas Teknik

Universitas Muhammadiyah Gresik

Disusun Oleh :

MUHAMMAD LAZIM

No. Reg : 06612021

PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI

FAKULTAS TEKNIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK

2012

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

**ANALISIS PERILAKU PERPINDAHAN KONSUMEN TERHADAP
PEMAKAIAN AIR MINERAL DALAM KEMASAN DENGAN
MENGUNAKAN MARKOV CHAIN**

(Studi Kasus : Kecamatan Manyar dan Kecamatan Gresik)

Disusun oleh :

Nama : MUHAMMAD LAZIM

No.Reg : 06612021

Gresik,

Menyetujui,

Dosen Pembimbing I,

Dosen Pembimbing II,

(Eko Budi Leksono, ST.MT)

(Said Salim Dahda, ST.MT)

Mengetahui ,

Ketua Program Studi

(Deny Andesta, ST.MT)

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK**

2012

PENGESAHAN SKRIPSI

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada Tanggal : 07 September 2012

Dengan Nilai

Pembimbing I,

Pembimbing II,

(Eko Budi Leksono, ST.MT)

(Said Salim Dahda, ST.MT)

Mengetahui ,

Dekan Fakultas Teknik

(M. Nuruddin, ST.MT)

PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK
2012

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmatNya yang telah dilimpahkan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir (skripsi) dengan judul **“ANALISIS PERILAKU PERPINDAHAN KONSUMEN TERHADAP PEMAKAIAN AIR MINERAL DALAM KEMASAN DENGAN MENGGUNAKAN MARKOV CHAIN (Studi Kasus : Kecamatan Manyar dan Kecamatan Gresik)”**

Tugas akhir tersebut merupakan salah satu syarat dalam mencapai gelar sarjana Teknik Industri pada Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Gresik.

Disadari sepenuhnya bahwa tersusunnya laporan ini berkat bantuan dari berbagai pihak, oleh sebab itu sewajarnya pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih atas arahan, bimbingan dan bantuannya kepada :

1. Bapak M. Nuruddin, ST.MT selaku dekan Fakultas Teknik Industri Universitas Muhammadiyah Gresik
2. Bapak Deny Andesta, ST.MT selaku Ketua Program Studi Fakultas Teknik Jurusan Teknik Industri
3. Bapak Eko Budi Leksono, ST.MT selaku pembimbing I
4. Bapak Said Salim Dahda, ST.MT selaku pembimbing II
5. Ibuku, Mertuaku dan juga tak lupa Istriku tercinta yang telah memberikan dorongan semangat dan atas doa untuk kesuksesan dalam membuat laporan Tugas Akhir ini
6. Teman – teman di jurusan Teknik Industri (Fajar dan Suryanto) yang telah menjadi teman curhat yang turut membantu terselesaikannya Tugas Akhir ini, atas bantuannya sekaligus tempat bertanya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini

Menyadari akan terbatasnya pola pikir akan kemampuan yang dimiliki penulis, untuk itu diharapkan adanya berbagai bentuk kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kemajuan kemampuan penulis di masa yang akan datang.

Akhir kata penulis berharap semoga apa yang telah disusun ini dapat berguna bagi penulis maupun para pembaca.

Gresik, 07 September 2012

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vii
ABSTRAK	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Batasan Masalah	6
1.6 Asumsi	7
1.7 Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Produk	10
2.1.1 Pengertian Produk	10
2.1.2 Klasifikasi Produk	11
2.1.3 Atribut Produk	13
2.2 Merk	14
2.3 Harga	14
2.4 Promosi	17
2.5 Iklan	18
2.6 Kemasan	19
2.7 Perilaku Konsumen	20
2.7.1 Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	20

2.8 Perpindahan Pelanggan.....	25
2.8.1 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Intensi Perpindahan Pelanggan	26
2.9 Proses Stokastik	28
2.10 Matrik Aljabar Primer	30
2.11 Matrik Probabilitas Transisional	30
2.12 Metode Markov Chain	32
2.12.1 Markov Order Satu.....	33
2.12.2 Markov Order Tinggi	34
2.13 Kondisi Steady State	35
2.14 Penelitian Sebelumnya	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	38
3.1 Jenis Penelitian	38
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	38
3.3 Kerangka Penelitian	39
3.4 Identifikasi Masalah	40
3.5 Studi Pustaka	40
3.6 Rumusan Masalah	40
3.7 Pengumpulan Data	40
3.7.1 Penentuan Jumlah Sampel	41
3.7.2 Kuesioner Awal	42
3.7.3 Kuesioner Lanjutan	43
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas	43
3.9 Penentuan Atribut	45
3.10 Pengolahan Data	45

3.10.1 Metode Markov Chain	45
3.11 Analisis dan Interpretasi	46
3.12 Kesimpulan dan Saran	46
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	47
4.1 Pengumpulan Data	47
4.1.1 Penyusunan dan Penyebaran Kuesioner	47
4.1.2 Gambaran Umum Identitas Responden	47
4.2 Pengolahan Data	53
4.2.1 Uji Validitas	53
4.2.2 Uji Reliabilitas	54
4.3 Rantai Markov	54
4.3.1 Matrik Aljabar Primer	54
4.3.2 Matrik Probabilitas Transisional	56
4.3.3 Markov Order Satu	56
4.3.4 Analisis Markov Order Tinggi	57
4.3.5 Kondisi Steady State	61
BAB V ANALISIS DAN INTERPRETASI	63
5.1 Perilaku Konsumen Air Mineral Dalam Kemasan	
Di Kota Gresik	63
5.2 Atribut-atribut yang Diinginkan Konsumen	64
5.3 Analisis Markov Chain	65
5.3.1 Matrik Aljabar Primer	65
5.3.2 Matrik Probabilitas Transisi	67
5.3.3 Markov Order Satu	68
5.3.4 Markov Order Tinggi	68

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	70
6.1 Kesimpulan	70
6.2 Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	72
KUESIONER PENDAHULUAN	73
REKAP KUESIONER	76
TABEL R	79

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 : Market Share Air Minum Dalam Kemasan	3
Tabel 4.1 : Identitas Responden Berdasarkan Usia	48
Tabel 4.2 : Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan	48
Tabel 4.3 : Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
Tabel 4.4 : Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan Responden Tiap Bulan	50
Tabel 4.5 : Identitas Responden Berdasarkan Pengeluaran Responden Tiap Bulan	50
Tabel 4.6 : Identitas Responden Berdasarkan Tempat Dimana Responden Membeli Air Mineral Dalam Kemasan.....	51
Tabel 4.7 : Merk AMDK Yang Sering Kali Dikonsumsi Responden Awal Bulan Juli 2012	52
Tabel 4.8 : Alasan Responden Dalam Memilih AMDK	52
Tabel 4.9 : Uji Validitas Variabel Yang Berhubungan Dengan Produk AMDK	53
Tabel 4.10 : Pola Perpindahan Merk AMDK	55
Tabel 4.11 : Perolehan Pangsa Pasar Periode Awal	55
Tabel 4.12 : Harga Produk AMDK Periode Juli 2012	57
Tabel 4.13 : Hasil Perhitungan Peluang Peralihan Yang Tidak Disesuaikan	59
Tabel 4.14 : Hasil Perhitungan Peluang Peralihan Yang Disesuaikan	60
Tabel 5.2 : Tempat Dimana Responden Dalam Membeli AMDK	63

Tabel 5.3 : Alasan Responden Dalam Memilih Merk AMDK	64
Tabel 5.4 : Perpindahan AMDK Merk Aqua	65
Tabel 5.5 : Perpindahan AMDK Merk Club	66
Tabel 5.6 : Perpindahan AMDK Merk Swa	66