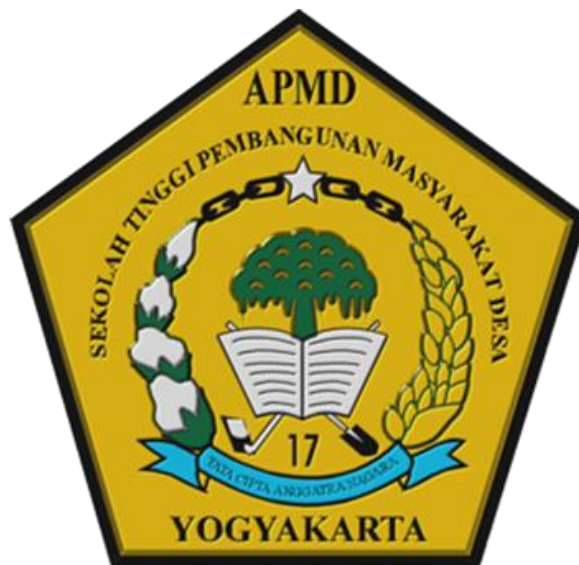


**SKRIPSI**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENGARUH PENGAMBILAN KEPUTUSAN  
DALAM PENGGUNAAN PRODUK TUPPERWARE**

(Studi Penelitian Kualitatif Fenomenologi)



Disusun oleh :

Ayu Kustrianingsih

13530027

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
SEKOLAH TINGGI PEMBANGUNAN MASYARAKAT DESA “APMD”  
YOGYAKARTA  
2017**

**SKRIPSI**

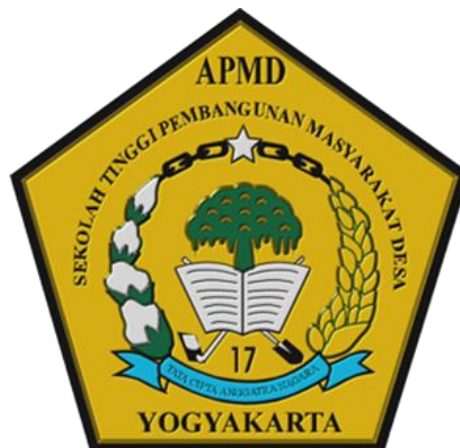
**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENGARUH PENGAMBILAN KEPUTUSAN  
DALAM PENGGUNAAN PRODUK TUPPERWARE**

(Studi Penelitian Kualitatif Fenomenologi)

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh Gelar Sarjana

Pada Program Studi Ilmu Komunikasi

Sekolah Tinggi Ilmu Pembangunan Masyarakat Desa “APMD”



Disusun oleh :

Ayu Kustrianingsih

13530027

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
SEKOLAH TINGGI PEMBANGUNAN MASYARAKAT DESA “APMD”  
YOGYAKARTA  
2017**

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan di depan tim penguji untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana (S1) Jurusan Ilmu Komunikasi pada Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa “APMD” Yogyakarta pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 30 Maret 2017

Pukul : 09.00 WIB

Tempat : Ruang Ujian Skripsi STPMD “APMD” Yogyakarta

### TEAM PENGUJI

- | Nama  | Tanda Tangan |
|---|--------------|
| 1. <u>Theodorus Wuryantono, S.IP., M.Hum.</u><br>Ketua/Penguji/Pembimbing | .....        |
| 2. <u>Drs. RY. Gatot Raditya, M.Si</u><br>Penguji Samping I               | .....        |
| 3. <u>Dra. MC. Ruswahyuningsih, MA.</u><br>Penguji Samping II             | .....        |

Mengetahui  
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Ade Chandra, S.Sos. M.Si.

## HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ayu Kustrianingsih

NIM : 13530027

Judul Skripsi : Analisis Faktor-faktor Pengaruh Pengambilan Keputusan Dalam Penggunaan Produk Tupperware (Studi Penelitian Kualitatif Fenomenologi)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan Skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri, baik untuk naskah laporan yang tercantum sebagai bagian dari Skripsi ini. Jika terdapat karya oranglain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima segala sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku di Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa “APMD” Yogyakarta.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tanpa paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, Maret 2017

Ayu Kustrianingsih  
13530027

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Laporan skripsi ini penulis persembahkan untuk :

1. Almarhumah Ibu,,,orang yang paling sabar dan kuat. Ibu adalah inspirasiku untuk tetap bertahan dan berjuang. Ibu adalah malaikat ku, penjagaku, teman curhatku, *I miss u so much* buk, bahagia disisi-Nya yaa. Juga untuk bapak, anak-anakmu sudah mandiri semua pak.
2. Mbak Ino, mbak Rindu sama Mas Momo yang sudah seperti orangtuaku. Tempat aku berlindung, meminta bantuan, menguraikan air mata, melepas beban secara langsung. Semangat, dukungan, doa dan kasih sayang mereka adalah anugerah yang dahsyat dari Allah kasih ke aku untuk terus melangkah menggapai impian.
3. *My little angel*, Awa ☺ untuk kelucuan dan keceriaan kamu, hadirmu semakin mewarnai hidup ini, terus jadi anak sholeha ya cantik.
4. *Meine liebe* Setyo Hari Subagianto atas perhatian, kesabaran menghadapi aku, support dan pengertiannya demi kebahagiaan dan masa depanku. Terimakasih untuk tetap berada di sisiku, untuk tidak mencari yang tidak ada di diriku pada orang lain, untuk berjalan bersama mencari Ridho-Nya, *Ich liebe dich*.
5. Mba Icha sama ibuk, terimakasih nggih selalu mendukung dan mendoakan kesuksesan aku.
6. Sahabat-sahabat seperjuangan dari mulai masuk kuliah sampai akhir di TEAM EMBUH KECUP MANJAAAAHH (ERNI, DEDI, PANDU, ANGGI,

MOSES). Mamah Erni, semangat jadi Ibu yang kuat buat Nadia dan jadi mamah yang gokil buat kita. Buat dedi, yang minta dipanggil setyawan, satu-satunya yang bisa gambar bagus, dikurangin konyolnya sudah hampir 25 tahun loh, ntar keterusan. Pandu, personil yang menganggap dirinya paling unyu, paling lama kalo naik motor, makannya paling banyak, paling peduli sama penampilannya dibanding cewek-cewek digrup, jadi kakak dan orangtua yang hebat buat Boma ya, ndang dijemput tulang rusuknya. Anggi, yang satu ini adalah yang paling sombong, pinter ngeles, gak peduli kata orang, akreditasi paling atas dibanding yang lain, dibalik itu sebenarnya hatinya lembut nan penyanyang bak preman berhati kupu-kupu. Terakhir itu moses yang punya nama 6kata, orang paling berisik, loading jadi sering dibully, suaranya sering tidak bisa dikondisikan, tapi orang yang paling pengertian, peduli, kreatif juga. Cerita suka duka mengisi kehidupan kita, terimakasih untuk kesabaran, kekonyolan, kebaikan hati untuk selalu ada, kepercayaan dan cinta kasih kekeluargaan yang dibangun untuk saling menguatkan. *Never want to leave even we have fight each other, because we have sense of feeling to be family. People come and go, just give the best all the time at every single day we have.*

7. Buat grup yang isinya cuma tiga orang (AYE, RINDA, ARIP), gak tau awal mula bisa temenan padahal karakter, kepribadian dan muka beda banget. Bahkan sekarang udah ada yang hijrah menjadi wanita lebih mendekat padaNya, sebut dia Arip. Ibu guru Agama ini sungguh santun tapi tidak pada kami, usil dan suka salah tingkah sendiri. Selanjutnya adalah satu-satunya

yang belum pake hijab, entahlah susah dirasuki jiwanya itu Rinda. Personil yang paling sensitif, baperan, cengeng, klemat-klemet, cewek banget deh, tapi paling pengertian, paling sabar, doi juga sedang berjuang sama pejuaan hati buat menuju halal. Semua yang ada pada diri mereka adalah pelengkap cerita hidupku, terimakasih banget udah jadi telinga, mulut, kaki, tangan dan anggota tubuh lainnya, kasih aku Koran Bijak waktu aku galau, Love U all.

8. Sahabat tak lekang oleh waktu IMA. Banyak hal yang kita lewati bersama, tengkyu ya Imul selalu support aku, bawelmu yang suka bikin kompor, yang tidak pernah sekalipun berantem dari awal ketemu tahun 2006 lalu, bahagia dengan lembaran baru hidupmu yaa chay.
9. Teman-teman KKN kelas khusus Padukuhan Metuk dan Greges Desa Donotirto, Bu Enik, Pak Surono, Bang Deddy, Bang Dento, Mas Arif, Ucup, segera menyusul yaa.
10. Mamih Destyana Roger, makasih yaa udah banyak kasih masukan dan saran, jadi pendengar keluh kesah tentang perkuliahan. *Fighting* untuk masa depan mamih Tya.
11. Keluarga besar trah Prayitno Diharjo, Pak Uwo, Mak'e, Om Tante-Om Tante, Adek-adek sepupu, maturnuwun nggih awit sampun paring kebahagiaan salamipun kula ing Jogja, kula ugi nyuwun agunging pangapunten mbokbilih kathah kalepatan saha klenta-klentuning atur.

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan inayah-Nya, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan penelitian skripsi ini yang berjudul: Analisis Faktor-faktor Pengaruh Pengambilan Keputusan Pada Konsumen Member Dan Non-member Tupperware di PT Sentosa Agung Suryatama. Maksud dari penulisan skripsi ini adalah sebagai persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana (Strata-1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa "APMD" Yogyakarta.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari masih jauh dari sempurna, dan banyak kekurangan baik dalam metode penulisan maupun dalam pembahasan materi karena keterbatasan kemampuan penulis. Sehingga penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun agar dikemudian hari dapat memperbaiki segala kekurangannya.

Laporan skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan dari berbagai pihak yang telah memberikan arahan dan penjelasan untuk keberhasilan dalam penulisan laporan ini. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan rasa terimakasih yang terdalam kepada pihak-pihak baik secara langsung maupun tidak langsung yang telah memberikan bantuan dalam penyelesaian laporan ini, antara lain:

1. Allah SWT dan Rosulullah yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya



2. Bapak Theodorus Wuryantono, S.IP., M.Hum selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan laporan skripsi
3. Bapak Ade Chandra, S.Sos., M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah menyediakan waktu selama proses pengajuan judul skripsi.
4. Keluarga besar saya atas dukungan dan bantuannya
5. Sahabat-sahabat seperjuangan dan sahabat SMA

Semoga laporan ini dapat bermanfaat dalam bidang akademisi maupun non-akademisi dan dapat digunakan sebagaimana mestinya. Akhir kata penulis sebelumnya memohon maaf atas segala kesalahan apabila ada dari isi laporan ini tidak berkenan di hati para pembaca yang budiman.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, Maret 2027

(Ayu Kustrianingsih)

## ABSTRAK

### ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENGARUH PENGAMBILAN KEPUTUSAN DALAM PENGGUNAAN PRODUK TUPPERWARE

(Studi Penelitian Kualitatif Fenomenologi)

Dewasa ini banyak masyarakat dari berbagai kalangan usia yang sudah sangat memperhatikan kesehatannya, salah satu halnya mengenai asupan makanan dan tempat makanannya. Banyaknya kemasan makanan yang tidak sehat memunculkan sebuah inovasi baru tempat makanan dan minuman berbahan dasar plastik yang awet, berkualitas dan ramah lingkungan, yaitu Tupperware. Fenomena Tupperware dengan harga yang mahal tidak menyurutkan animo masyarakat memilih produk Tupperware dibanding produk sejenis di pasaran.

Penelitian ini menggunakan metodologi fenomenologi yang memperhatikan fenomena yang terjadi di masyarakat mengenai keputusan konsumen memilih produk Tupperware meskipun produk tersebut mahal. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive sampling* pada informan *member* dan *non member* dari PT Sentosa Agung Suryatama sejumlah enam orang. Para informan adalah sebagai sumber data primer dimana semua hasil wawancara dituangkan pada sajian data. Kemudian menganalisis dengan mereduksi data yaitu memilah data, menyajikan dan menarik kesimpulan yang sesuai dengan data di lapangan.

Penelitian ini difokuskan pada persepsi informan sebagai sumber data untuk menjawab rumusan masalah penelitian yaitu mencari apa saja yang menjadi faktor-faktor pengaruh pengambilan keputusan dalam penggunaan produk Tupperware pada konsumen yang merupakan *member* dan *non member* Tupperware.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viii
<b>ABSTRAK</b> .....	x
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A . Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian .....	4
E. Kerangka Teori .....	5
1. Komunikasi .....	5
2. Komunikasi Pemasaran .....	7
3. Perilaku Konsumen .....	14
F. Kerangka Pikir.....	22
G. Metodologi Penelitian.....	23
1. Jenis Penelitian .....	23
2. Lokasi Penelitian .....	24
3. Data dan Sumber Data.....	24
4. Teknik Pengumpulan Data .....	25
5. Teknik Pengambilan Sampel.....	27
6. Teknik Analisis Data .....	27
<b>BAB II DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN</b> .....	29
A. Sejarah Singkat Tupperware.....	29

B. Visi dan Misi Tupperware .....	31
C. Filosofi Tupperware Indonesia.....	32
D. Struktur dan Manajemen Tupperware Indonesia .....	33
E. Jenjang Karir Tupperware .....	34
F. Keuntungan <i>Sales Force/member</i> Tupperware.....	39
G. Keistimewaan Produk .....	43
H. Galeri dan Harga Produk Tupperware .....	46
I. Penghargaan yang diraih Tupperware .....	53
<b>BAB III SAJIAN DAN ANALISIS DATA.....</b>	<b>55</b>
A. Sajian Data .....	56
B. Analisis Data .....	66
<b>BAB IV PENUTUP .....</b>	<b>94</b>
A. Kesimpulan.....	94
B. Saran.....	96
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>98</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pada perkembangan zaman yang canggih saat ini, telah banyak hal diciptakan serba cepat dan praktis untuk memenuhi segala kebutuhan yang ada. Kebutuhan pokok manusia adalah pemenuhan akan sandang, pangan, dan papan. Kebutuhan pokok harus diusahakan agar dapat bertahan dan untuk merealisasikan tujuan hidup. Kehidupan manusia awal dan utama manusia sendiri berawal dari keluarga. Peran orangtua khususnya ibu merupakan hal terpenting di dalam sebuah rumah tangga. Keluarga menjadi tempat pertama pembentukan kepribadian dan awal pengenalan terhadap dunia luar. Orangtua akan memberikan semua hal yang terbaik untuk kelangsungan hidup keluarganya. Menciptakan gaya hidup sehat merupakan awal yang berpengaruh dikemudian hari.

Berdasarkan informasi-informasi yang tersebar luas melalui media massa dan elektronik tentang kesehatan yang terus bergulir dalam penyalahgunaan bahan-bahan makanan, kebanyakan diantara penggunaan formalin, borak dan zat pewarna berbahaya (Bundanes. <http://nestri4ict.wordpress.com/artikeljurnal-3/artikel-penyalahgunaan-bahan-berbahaya>, Kamis, 19 Januari 2016, 11:14). Banyak makanan yang mengandung bahan tidak layak konsumsi dan masih diperjualbelikan secara bebas. Dan kemudian makanan tersebut dijual di

lingkungan anak-anak yang menjadi sasaran penjualan. Anak-anak masih belum bisa untuk memilah-milah makanan yang aman dan tidak aman untuk dikonsumsi. Dalam hal ini peran orangtua sangat dibutuhkan untuk membiasakan diri bergaya hidup sehat dimulai dari rumah. Membawa bekal dari rumah menjadi *alternative* dalam melindungi asupan bagi anak. Makanan yang dibuat sendiri lebih terjamin gizi dan kebersihannya. Dalam penyimpanan makanan juga perlu untuk diperhatikan. Perlengkapan rumah tangga menjadi barang yang dicari dalam melengkapi kebutuhan ini. Perlengkapan rumah tangga tersebut sudah ada sejak lama dengan berbagai macam bahan dasar seperti kayu, logam, aluminium dan plastik. Plastik menjadi bahan yang banyak diminati karena ringan dan harganya yang terjangkau.

Tupperware merupakan salah satu produk perlengkapan rumah tangga berbahan dasar plastik yang aman untuk makanan. Produk yang diproduksi oleh Tupperware sangat beragam. Dari tempat makan, tempat minum, wadah penyimpanan makanan di *refrigerator*, wadah penyimpanan makanan di *microwave*, peralatan masak, perlengkapan penyajian, dll. Produk-produk Tupperware terbuat dari bahan plastik berkualitas terbaik, tidak mengandung zat kimia beracun dan sudah memenuhi standard dari beberapa badan dunia seperti FDA (*Food and Drug Administration*) Amerika, *European Food Safety Authority* (Eropa), *Japan Food Safety Commission* (Jepang), sehingga selain aman digunakan berkali-kali untuk makanan dan minuman (*Food Grade*) juga ramah lingkungan

karena produk Tupperware yang rusak bisa di daur ulang menjadi produk lain seperti bangku plastik, pot tanaman, tempat sampah, dll.(Tupperware.<http://mx.tupperware.co.id/pages/articlestatic/050209/0008/keugulantupperware.aspx>, Kamis, 19 Januari 2017, 11:22).

Produk Tupperware memiliki karakteristik *Eco Green design*, *Higienis*, serta ramah lingkungan. *Tagline* tersebut menjadi kunci dalam menarik konsumen. Pada mulanya Tupperware bukan lah produk yang mudah didapat, cara mendapatkannya hanya bisa dilakukan pada orang yang telah member atau datang ke kantornya langsung. Namun, untuk beberapa produk memang hanya disediakan melalui *member* jika ingin memilikinya.

Dewasa ini penggunaan barang produk Tupperware bukan hal yang asing lagi. Hal ini tampak pada banyaknya orang yang menenteng atau membawa salah satu produk Tupperware, misalnya tempat makan atau tempat minum. Fenomena ini bahkan menjadi tren tersendiri. Sementara harga jual untuk satu produk Tupperware dapat dikatakan mahal. Sebagai contoh, satu paket botol minum *Eco Bottle* 500 ml yang berisi 4 botol dapat mencapai harga Rp. 215.000. Dibandingkan dengan harga produk sejenis di pasaran, harga produk tempat minum tersebut berselisih 5 kali lipat. Tapi hal tersebut tidak menyurutkan konsumen tupperware untuk membelinya. Fenomena ini unik, jika disandingkan dengan hukum permintaan dalam ilmu ekonomi bahwa "*hubungan antara barang yang diminta dengan harga barang tersebut dimana hubungan berbanding*

*terbalik yaitu ketika harga meningkat atau naik maka jumlah barang yang diminta akan menurun dan sebaliknya apabila harga turun jumlah barang meningkat*". (Rayi Dwiky Putra. Keripiku.blogspot.co.id/2012/03/teori-permintaan-dan-penawaran-serta.html?m=1, Kamis, 19 Januari 2017, 11.37). Maka dari itu, perilaku konsumen yang unik ini yang ingin diketahui peneliti kenapa para konsumen memilih produk dari Tupperware.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian di atas rumusan masalah yang penulis angkat adalah apa faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan dalam penggunaan produk Tupperware (studi penelitian kualitatif fenomenologi)?

## **C. Tujuan penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan dalam penggunaan produk Tupperware (studi penelitian kualitatif fenomenologi).

## **D. Manfaat Penelitian**

Dalam pelaksanaan penelitian ini diharapkan memberi manfaat sebagai berikut :

1. Memberikan informasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan individu mengenai pemilihan suatu produk.



## DAFTAR PUSTAKA

- Budyatna, Muhammad dan Leila Mona Ganiem.2011.*Teori Komunikasi Antarpribadi*.Jakarta.Prenada Media Group
- Bungin, Burhan.2006.*Sosiologi komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi Di Masyarakat*.Jakarta.Kencana Prenada Media Group
- Mangkunegara, Anwar Prabu.2005.*Perilaku Konsumen Edisi Revisi*.Bandung.Refika Aditama
- Moleong, Lexy J.2001. *Metodologi Penelitian kualitatif*.Bandung.PT Remaja Rosdakarya
- Muhadjir, Noeng. 2000. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi IV*.Yogyakarta.Rakesarin.
- Mulyana, Deddy.2001.*Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*.Bandung.PT Remaja Rosdakarya
- Mulyana, Deddy.2013.*Metodologi Penelitiann Kualitatif paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu sosial Lainnya*.Bandung.PT Remaja Rosdakarya
- Mulyana, Deddy dan Solatun.2007.*Metode Penelitian Komunikasi: Contoh-contoh penelitian kualitatif dengan pendekatan praktis*.Bandung:PT. Remaja Rosdakarya
- Rakhmat, Jalaluddin.2001.*Metode Penelitian Komunikasi Dilengkapi Contoh Analisis Statistik*.Jakarta.Erlangga
- Rakhmat, Jalaluddin.1988.*Psikologi komunikasi Edisi Revisi*.Bandung.PT.28.0204.88

Rohim, Syaiful.2016.*Teori Komunikasi : Perspektif, Ragam, dan Aplikasi*.Jakarta.PT Rineka Cipta

Sugiyono, 2013.*Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan kombinasi (Mixed Methods)*.Bandung.Alfabeta

Sunyoto, Danang.2015.*Perilaku Konsumen dan Pemasaran*.Jakarta.PT Buku Seru

Sutisna. 2002.*Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*.Bandung.PT Remaja Rosdakarya Offset

Uchjana Effendy, Onong.2003.*Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*.Bandung: PT Citra Aditya Bakti

Bundanes.<http://nestri4ict.wordpress.com/artikeljurnal-3/artikel-penyalahgunaan-bahan-berbahaya> (Kamis, 19 Januari 2016 11:14)

Tupperware.<http://mx.tupperware.co.id/pages/articlestatic/050209/0008/keunggulan-tupperware.aspx> (Kamis, 19 Januari 2017 11:22)

mbakwidha.[www.drpojokan.com/2010/05/pemasaran-langsung-direct-marketing.html?m=1](http://www.drpojokan.com/2010/05/pemasaran-langsung-direct-marketing.html?m=1), (kamis, 26 Januari 2017, 18:18).