



ABSTRAK

Untuk merebut pembeli dari pesaing, perusahaan hendaknya membekali dirinya dengan seperangkat manajemen pemasaran. Termasuk salah satunya adalah kebijakan produk yang merupakan awal dari kemungkinan berhasil atau tidaknya kombinasi kebijakan pemasaran secara keseluruhan. Kebijakan produk yang telah dilakukan oleh perusahaan kiranya perlu untuk dievaluasi kembali guna melihat seberapa jauh kebijakan produk tersebut diterima oleh konsumen. Kebijakan produk ini terutama menyangkut merk, label dan kemasan.

Skripsi ini membahas mengenai bagaimana tanggapan konsumen terhadap kebijakan produk dalam hal merk, label dan kemasan produk Coca Cola produksi PT. PAN JAVA BOTTLING CO. Ungaran. Khususnya membahas mengenai apakah ada perbedaan yang signifikan dalam tanggapan konsumen menurut tingkat penghasilan, pendidikan dan jenis kelaminnya terhadap merk, label dan kemasan produk Coca Cola.

Penelitian yang dilakukan termasuk jenis penelitian lapangan dengan mengadakan survey terhadap konsumen kemu-



membuat, di mana dibuat, isinya. Terakhir akan dibahas mengenai tanggapan konsumen menurut tingkat penghasilan, pendidikan dan jenis kelamin terhadap kemasan produk Coca Cola. Unsur-unsur dari kemasan adalah melindungi isinya, dapat dipergunakan lagi, warna kemasan, kepraktisan, menimbulkan prestise, kesesuaian antara ukuran dan harga, mencerminkan kualitasnya.

Tanggapan konsumen menurut tingkat penghasilan rendah, menengah dan tinggi tidak ada perbedaan yang signifikan akan merk Coca Cola, label juga kemasannya, kecuali pada unsur label: keterangan di mana dibuat dan pada unsur kemasan : kepraktisannya dan menimbulkan prestise mempunyai tanggapan yang berbeda secara signifikan. Tanggapan konsumen menurut tingkat pendidikan, SD, SLTP, SLTA dan AK/PT terhadap merk, label dan kemasan secara umum mempunyai tanggapan yang sama atau tidak berbeda secara signifikan, kecuali pada unsur merk: mengandung sugesti, yakin akan kualitasnya, pada unsur label: keterangan di mana dibuat dan isinya serta pada unsur kemasan: kepraktisan kemasan botol-an, menimbulkan prestise, pencerminan akan kualitasnya pa-