

ABSTRAK

Pengaruh Produk Aktual Terhadap Citra Perusahaan Studi Kasus Pada PT Mandom Indonesia Tbk.

**IGNASIA YOSANTHI
UNIVERSITAS SANATA DHARMA
YOGYAKARTA
2005**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh produk aktual terhadap citra perusahaan dilihat dari pengaruh merek dan kemasan berdasarkan data penjualan dan jawaban kuesioner. Penelitian ini dilakukan terhadap produk kosmetika yang diproduksi oleh PT Mandom Indonesia Tbk. khususnya produk kosmetika PIXY Color Comm dan PIXY UV Whitening.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, angket kepada konsumen, observasi dan pencarian data-data sekunder yang berasal dari dokumen perusahaan. Teknik analisis data dilakukan dengan uji McNemar Change, yaitu sebuah metode analisis data untuk mengetahui perubahan pengaruh produk aktual terhadap citra perusahaan sebelum dan sesudah adanya varian baru dan perubahan warna kemasan pada merek produk kosmetika PIXY Lady's Cosmetics. Adapun aplikasi dari uji McNemar Change tersebut dilakukan dengan program statistika berbasis komputer, yaitu program SPSS versi 12.0. Langkah selanjutnya adalah melihat hasil perbandingan pengaruh produk aktual terhadap citra perusahaan sebelum dan sesudah adanya varian baru dan perubahan warna kemasan pada merek produk kosmetika PIXY lady's Cosmetic, apakah ada pengaruh positif dari perubahan tersebut terhadap citra perusahaan atau tidak terhadap PT Mandom Indonesia Tbk.

Berdasarkan analisis data yang telah dilaksanakan, dapat disimpulkan bahwa perubahan terhadap produk aktual (merek dan kemasan) tersebut tidak membawa pengaruh positif terhadap citra perusahaan dilihat dari data penjualan. Apabila dilihat dari jawaban kuesioner maka produk aktual membawa pengaruh positif terhadap citra perusahaan.

ABSTRAC

The Influence of Actual Products on To Company's Image

A case study at PT Mandom Indonesia Tbk.

IGNASIA YOSANTHI

SANATA DHARMA UNIVERSITY

YOGYAKARTA

2005

The main purpose of this study is to study the influence of actual products on the company's image based on brand and package. This study is conducted on PIXY Color Comm and PIXY UV Whitening cosmetic products produced by PT Mandom Indonesia Tbk.

The data collection techniques used include interview, questionnaire, observation and documentation. The data analysis technique is McNemar Change Test which is used to recognize the significant change on the influence of actual products on the company's image right before and after the new variance and the color change of PIXY Lady's cosmetics product. The McNemar Change Test is done with the version 12.0 SPSS program. The next step is to observe the result of the comparison on the company's image right before and after the new variance and the color change of the PIXY Lady's cosmetic products and to know whether there is a significant influence of the new variance and the color change on the company's image.

The conclusion of this study is that the change on the actual products (brand and package) do not bring any positive influence on the company's image regarded from sales data. On the contrary, we can evidently conclude that the changes on the actual products bring positive influence on the company's image regarded from the questionnaire.