

**ANALISIS SIKAP DAN PERILAKU KONSUMEN TERHADAP  
MINUMAN TEH PUCUK HARUM  
(Studi Kasus Pada Mahasiswa / Mahasiswi STIE  
Malangkecewara Malang)**

**ROMADHONA IBNU SUMARSONO  
K.2013.5.32502**

**ABSTRAK**

Kebutuhan manusia dibagi tiga : Primer, Sekunder, dan Tersier. Kebutuhan primer berhubungan dengan kelangsungan hidup manusia, antara lain makan , minum, kesehatan. Salah satu produsen air minum dalam kemasan (AMDK) tersebut adalah PT. Mayora Indah Tbk yang memproduksi minuman Teh Pucuk Harum. Namun bagaimanakah Sikap dan Perilaku Konsumen terhadap minuman Teh Pucuk Harum. Tujuan dari penelitian skripsi ini adalah mengetahui Sikap dan Perilaku Konsumen terhadap minuman Teh Pucuk Harum. Dengan melakukan studi kasus di kampus STIE Malangkecewara Malang. Teori untuk menentukan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin, dan didapat jumlah minimum adalah berjumlah 93,89 maka dari itu dibuat pembulatan sejumlah 100 responden. Untuk mengetahui nilai sikap dan perilaku, pengolahan data menggunakan model sikap fishbein. Model dan metode sikap fishbein berguna untuk mengetahui baik atau tidak nilai sikap dan perilaku tersebut. Hasil sikap yang didapat melalui pengolahan data menggunakan rumus fishbein tersebut adalah + 6,87 termasuk dalam skala baik, yang berarti bahwa konsumen menyukai akan produk minuman Teh Pucuk Harum ( atribut yang paling disukai adalah kualitas minuman ). Sedangkan untuk nilai perilaku adalah + 4,4305 yang berarti bahwa konsumen atau responden akan membeli kembali produk minuman Teh Pucuk Harum. Kesimpulan dan saran penulis adalah hendaknya produsen minuman Teh Pucuk Harum memasarkan produknya ke pasar tradisional dan modern melalui saluran distribusi agar dapat menjaga ketersediaan minuman Teh Pucuk Harum dipasaran dan lebih sering mengadakan iklan dan promosi iklan karena minuman Teh Pucuk Harum jarang berada pada banner atau baliho sponsor acara-acara besar.

**Kata kunci: Teh Pucuk Harum, Sikap dan Perilaku Konsumen, Minuman**