

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN IDENTITAS RESPONDEN**

#### **2.1 Profil PT Ultrajaya Milk Industry**

PT Ultrajaya Milk Industry merupakan salah satu perusahaan di Indonesia terkemuka yang bisnis utamanya yaitu sebagai produsen minuman. Pada awal berdirinya, perusahaan ini merupakan sebuah industri rumah tangga sederhana yang dimulai pada tahun 1958 di Bandung, Jawa Barat. Kemudian industri sederhana yang dirintis oleh pengusaha Tionghoa bernama Ahmad Prawirawidjaja. Pada tahun 1971 perusahaan ini kemudian berkembang menjadi perseroan terbatas. Reputasi perusahaan ini sebagai pelopor minuman dalam kemasan di Indonesia membuat Ultrajaya Milk tetap diterima di tengah-tengah konsumen Indonesia dengan baik. Perusahaan Ultrajaya Milk dalam perkembangannya berperan sebagai pemain utama dalam industry cair di Tanah Air.

#### **2.2 Visi dan Misi PT Ultrajaya Milk Industry**

Visi merupakan suatu gagasan atau pandangan jauh kedepan tentang suatu cita-cita dan tujuan utama dari didirikannya organisasi atau perusahaan. Sedangkan misi merupakan segala sesuatu yang harus dilakukan meliputi strategi dan serangkaian tindakan untuk merealisasikan visi.

Adapun visi dan misi Susu Ultra Milk sebagai berikut:

## **1. Visi Perusahaan**

Menjadi perusahaan industry makanan dan minuman yang terbaik dan terbesar di Indonesia, dengan senantiasa mengutamakan kepuasan konsumen, serta menjunjung tinggi kepercayaan para pemegang saham dan mitra kerja perusahaan.

## **2. Misi Perusahaan**

Menjalankan usaha dengan dilandasi kepekaan yang tinggi untuk senantiasa berorientasi kepada pasar/konsumen, dan lingkungan, yang dilakukan secara optimal agar dapat memberikan nilai tambah sebagai wujud pertanggung-jawaban kepada para pemegang saham.

### **2.3 Lokasi Perusahaan**

Lokasi perusahaan adalah suatu tempat yang digunakan oleh perusahaan atau organisasi untuk melakukan kegiatan fisik. Faktor lokasi menjadi salah satu pertimbangan yang sangat penting demi keberlangsungan suatu organisasi, dengan menempati lokasi yang strategi maka akan memudahkan perusahaan untuk melakukan kegiatannya.

Alamat PT Ultra Jaya Milk Industry Tbk : Jalan Raya Cimareme No. 131, Padalarang, Bandung 40552.

### **2.4 Budaya Perusahaan**

Setiap perusahaan atau organisasi tentu memiliki budaya yang diterapkan untuk mengatur seluruh aktivitas perusahaan serta menjadi hal yang membedakan dengan perusahaan lainnya:

Transformasi budaya organisasi dengan kinerja karyawan mempunyai pengaruh yang kuat serta positif, dimana semakin besar transformasi budaya organisasi yang dirasakan, maka semakin besar pula kinerja yang mampu terbentuk.

### **2.5 Logo dan Makna Logo**

Logo adalah suatu gambar atau sketsa yang memiliki arti tertentu dan mewakili perusahaan serta sebagai identitas agar mudah diingat. Berikut logo dari Susu Ultra Milk.



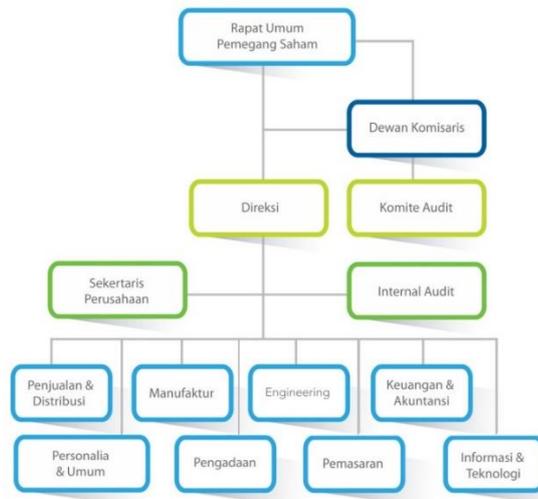
**Gambar 2.1 Logo Susu Ultra Milk**

Sumber : [ultrajaya.co.id](http://ultrajaya.co.id)

Filosofi logo perusahaan Ultra Jaya Milk. Pada logo ini terdapat desain dengan tulisan “UJ” yang berinisialkan Ultra Jaya dimaksudkan agar mudah diingat konsumen dengan perpaduan warna biru dan merah yang dibatasi oleh kotak berwarna biru, pemilihan warna tersebut dikarenakan warna merah memiliki makna power (energi) dan warna biru memberikan kesan “kepercayaan, konservatif, dan kebersihan” sehingga dijadikan latar belakang warna yang dapat memberikan dimensi. Penerapan warna merah tersebut cocok digunakan bagi tujuan promosi dan penjualan terutama yang sifatnya impulsif.

## **2.6 Struktur Organisasi**

Struktur organisasi merupakan kerangka dan susunan perwujudan hubungan diantara fungsi-fungsi, posisi-posisi, maupun orang yang menunjukkan tugas, wewenang, tanggung jawab yang berada dalam suatu organisasi (Handko,1995). Sistem oorganisasi menetapkan cara bagaimana tugas dan pekerjaan yang dibagi, dikordinir secara formal. Bentuk struktur organisasi yang digunakan oleh PT Ultrajaya Industry Tbk adalah bentuk lini dan fungsional Dalam struktur organisasi lini dan fungsional adalah organisasi yang masing-masing anggota mempunyai wewenang yang sama dan pimpinannya kolektif.



**Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT Ultrajaya Industri**

Sumber : ultrajaya.co.id

## 2.7 Job Description

1. Rapat Umum Pemegang Saham
  - a. Sebagai organ tertinggi dalam struktur PT. Ultrajaya Industry Tbk
  - b. Berperan sebagai mekanisme utama untuk melindungi dan melaksanakan hak-hal pemegang saham
  - c. Sebagai wewenang yang tidak diserahkan kepada Dewan Komesaris dan Direksi
  - d. Sebagai wadah untuk mengambil keputusan penting yang berkaitan dengan modal yang ditanam dalam perusahaan dengan memperhatikan ketentuan anggaran dasar dan peraturan perundang-undangan
  - e. Mengangkat dan memberhentikan anggota dewan komesaris dan direksi
  - f. Mengevaluasi kinerja dewan komesaris dan direksi
  - g. Menyetujui perubahan anggaran dasar

- h. Menyetujui laporan tahunan perseroan
  - i. Sebagai badan untuk memutuskan alokasi keuntungan usaha
  - j. Sebagai menetapkan remunerasi dan kompensasi anggota dewan komisaris dan direksi, serta membuat keputusan terkait aksi korporasi atau hal strategi lainnya yang diusulkan oleh direksi
2. Dewan Komisaris
- a. Sebagai dewan untuk mengawasi kegiatan dan perasioonal perusahaan termasuk mengawasi para direktur (board oof director)
3. Direksi
- a. Memimpin dan mengurus perusahaan sesuai dengan kepentingan dan tujuan perusahaan
  - b. Menguasai, memelihara dan mengurus kekayaan
  - c. Direksi mengatur pola pembagian tugas masing-masing
4. Komite Audit
- a. Bertugas sebagai penelaah dan melakukan laporan keuangan yang dikeluarkan emiten atau perusahaan public ataupun pihak otoritas lainnya
  - b. Memberi rekomendasi kepada Dewan Komisaris tentang penunjukan akuntan yang mampu mengemban tugas secara profesional berdasarkan independensi, imbalan jasa serta ruang lingkup penugasan kerja
  - c. Menelaah ketaatan perusahaan pada peraturan perundang-undangan yang berlaku terhadap emiten atau perusahaan publik
  - d. Memberi pendapat yang independen pada perbedaan pendapat antara akuntan dan manajemen

- e. Melaksanakan tugas serta penelaahan pemeriksaan oleh auditor internal sekaligus bertugas sebaga pengawas internal yang mengawasi pelaksanaan tindak lanjutnya oleh direksi
  - f. Memberi saran kepada dewan komesaris jika adanya kemungkinan atau potensi konflik dan benturan kepentingan antara emiten atau perusahaan publik
  - g. Merahasiakan dookumen, dan segala informasi data perusahaan berserta emiten
5. Direksi
- a. Menetapkan strategi perusahaan, kebijakan dasar keuangan, organisasi dan SDM, serta sistem tekhnologi informasi dan komunikasi perusahaan
  - b. Mengajukan saran pengelolaan perusahaan yang memerlukan persetujuan komisaris dan persetujuan RUPS serta melaksanakannya sesuai ketentuan yang diatur dalam anggaran dasar, persetujuan komisaris serta keputusan RUPS
  - c. Mengupayakan tercapainya target-target perusahaan dalam aspek keuangan, aspek operasional dan aspek administrasi yang telah disetujui dan ditetapkan dalam RUPS, menetapkan sasaran inerja dan evaluasi kinerja perusahaan melalui mekanisme rganisasi termasuk rencana strategis perusahaan
  - d. Menetapkan persetujuan proyek, memantau dan melakukan koreksi terhadap pelaksanaanya

- e. Menetapkan struktur organisasi dan penetapan pejabat perusahaan sampai jenjang tertentu
6. Sekretaris Perusahaan
- a. Mengatur dan mencatat hasil rapat
  - b. Melakukan pencatatan administrasi
  - c. Komunikasi ke berbagai pihak
  - d. Memastikan persyaratan hukum
  - e. Memastikan persediaan perlengkapan kantor atau perusahaan
  - f. Melakukan supervise terhadap staf dan karyawan baru
  - g. Mengorganisir dan menyampaikan pesan
  - h. Mengatur jadwal
  - i. Menyambut tamu bisnis dan klien
  - j. Membantu bagian eksekutif mengerjakan tugas
7. Internal Audit
- a. Melakukan identifikasi dan evaluasi paparan yang signifikan terhadap risiko, dan berkontribusi memperkuat manajemen risik dan sistem kontrol
  - b. Membantu perseroan dalam melaksanakan kontrol secara efektif dengan mengevaluasi efektivitas dan efisiensi mereka serta dengan mendorong penyempurnaan terus- menerus untuk mencapai kondisi sebagai berikut:
    - Tersedianya informasi finansial dan perasional yang terpercaya dan berintegritas
    - Terlaksananya kegiatan operasional secara efisien dengan hasil yang efektif

- Dijaganya aset perseroan dan seluruh tindakan dan keputusan perseroan sesuai dengan ketentuan undang-undang dan peraturan yang berlaku.

#### 8. Penjualan dan Distribusi

- Menangani dokumen umum yang berhubungan dengan penjualan
- Memeriksa dan mencatat surat dokumen yang masuk
- Membuat surat atau dokumen penawaran (proposal)
- Mengarsip dan mendistribusikan surat atau dokumen masuk ke bagian terkait.
- Menangani dokumen penjualan dari tim penjualan (salesman)
- Melakukan entry data ke system
- Menerbitkan faktur penjualan
- Melakukan pemeriksaan kebenaran setiap dokumen penjualan
- Melakukan pemeriksaan dokumen terkait seperti dokumen retur barang, nota kredit dan lain sebagainya.
- Menangani penjualan
- Menangani promosi penjualan
- Menangani biaya operasional
- Membuat laporan penjualan dan promosi penjualan.
- Menangani pembukuan secara umum
- Menangani biaya operasional
- Menerima dan membukukan hasil penjualan tunai dan hasil tagihan
- Membuat laporan biaya / laporan pembukuan

## 9. Manufaktur

- a. Berfungsi untuk mengoptimalkan kegiatan operasional bisnis perusahaan manufaktur
- b. Sebagai pendukung fungsi proses produksi yang meliputi seluruh kegiatan terkait perencanaan dan pengendalian proses produksi produk
- c. Memudahkan dokumentasi dan penyimpanan catatan di sektor food & beverage

## 10. Engineering

- a. Melakukan pengawasan teknis
- b. Memastikan proses produksi berjalan dengan lancar
- c. Bekerja dengan efektif dan efisien
- d. Melakukan pengecekan secara rutin dan berkala

## 11. Keuangan Dan Akuntansi

- a. Pencarian, pengelolaan, pengaplikasian dana serta melakukan dan menerima pembayaran perusahaan
- b. Mencatat dan melakukan ikhtisar serta mengelompokkan semua transaksi yang terjadi dalam sebuah perusahaan.

## 12. Personalia & Umum

- a. Melakukan pengadaan tenaga kerja
- b. Mengembangkan sumber daya manusia
- c. Pemberian kompensasi
- d. Memberikan pengarahan
- e. Melakukan pengawasan

- f. Pemeliharaan
- g. Melakukan pengorganisasian

### 13. Pengadaan

- a. Merancang dan mengelola hubungan yang tepat dengan penyuplai barang dan jasa (supplier)
- b. Menentukan supplier yang memenuhi syarat (kompeten)
- c. Menentukan dan mengimplementasikan teknologi pengadaan barang yang tepat
- d. Melaksanakan pemeliharaan data inventasi dan data supplier
- e. Melaksanakan proses pembelian
- f. Melaksanakan evaluasi kerja

### 14. Pemasaran

- a. Melakukan riset pasar
- b. Melakukan analisis kompetitif
- c. Mempresentasikan perusahaan dan produknya kepada konsumen, membangun kesadaran merek, dan memperkuat produk dan citra perusahaan
- d. Melakukan penjualan produk atau menyediakan layanan
- e. Manajemen produk dengan mengevaluasi dan memetakan produk untuk menentukan strategi yang tepat.
- f. Manajemen informasi pemasaran untuk mengelola dan mengintegrasikan informasi pemasaran seperti target penjualan, realisasi penjualan, pesaing industri, profil pelanggan, dan tren pasar
- g. Sebagai penetapan harga

- h. Bertanggungjawab mengelola anggaran pemasaran yang dialokasikan
  - i. Mengembangkan saluran distribusi
  - j. Manajemen hubungan konsumen tanggung jawab ini mencakup mempelajari konsumen sasaran mereka, menentukan cara terbaik untuk menjangkau dan memenuhi kebutuhan mereka
  - k. Sebagai branding perusahaan
  - l. Sebagai manajemen saluran online
15. Informasi & Teknologi
- a. Menilai inovasi teknologi baru dengan melakukan perbandingan, uji coba dan analisis untuk mendapatkan teknologi yang sesuai dengan proses bisnis perusahaan
  - b. Menganalisis sistem dan teknologi yang ada di perusahaan dengan cara outsourcing agar dapat mengetahui sistem dan teknologi yang aplikatif
  - c. Membuat usulan dan saran-saran penyesuaian program dan strategi di bidang sistem dan teknologi informasi yang dipandang perlu dengan cara menyampaikan evaluasi dalam rangka pencapaian tujuan jangka panjang
  - d. Merencanakan manajemen sistem informasi dengan membuat strategi, metodologi sistem informasi agar dapat diaplikasikan
  - e. Menyelenggarakan layanan kerja kolaboratif berupa forum diskusi bermoderator sebagai sarana knowledge sharing secara virtual dengan bantuan IT

- f. Mengelola penerapan teknologi baru menggunakan prinsip-prinsip manajemen perubahan dengan cara soaliasiasi yang terencana untuk meminimalkan resistensi pengguna

## **2.8 Produk yang ditawarkan**

Persaingan yang semakin ketat menuntut pebisnis untuk senantiasa menghasilkan produk susu cair dengan kualitas yang baik. PT Ultrajaya Milk Industry Tbk berusaha untuk konsisten menyediakan susu cair yang lezat dengan berbagai pilihan variasi rasa, seperti berikut ini:

Susu segar Ultra Milk diproduksi dan disterilkan dalam proses Ultra High Temperatur (UHT), dimana bahan baku dipanaskan dalam suhu tinggi mencapai 140 derajat C dalam waktu 4 detik, hal ini untuk mengeliminasi seluruh bakteri pathogen, waktu pemanasan yang singkat ini bertujuan untuk meminimalisir hilangnya kandungan nutrisi dan menjaga kesegaran, selanjutnya susu dikemas dengan proses pengemasan antiseptic untuk menjamin Ultra Milk rasa bertahan lama tanpa ada kerusakan dari luar sebelum dikonsumsi. Bagi konsumen yang menyukai susu dengan rasa yang murni yaitu dengan memilih Susu Ultra Milk Full Cream. Susu Ultra Milk full cream sangat cocok untuk diminum sehari-hari. Selain itu juga bisa dijadikan bahan baku untuk memasak serta membuat kue. Susu Ultra Milk full cream ini juga di rekomendasikan juga untuk diminum oleh anak-anak diatas satu tahun. Selain menyediakan berbagai macam rasa. Susu Ultra Milk juga menyediakan rasa lain bagi yang menyukai susu dengan rasa yang lain yaitu dengan

berbagai pilihan rasa Susu Ultra Milk memiliki berbagai macam rasa seperti rasa coklat, stroberi, moka, taro dan karamel.

Ultra Milk memproduksi, memasarkan, dan mendistribusikan susu di Indonesia, yang meliputi susu UHT, susu kental manis, Ultra Mimi.

### 1. Ultra Milk Susu UHT





**Gambar 2.3 Susu Ultra Milk Full Cream**

Sumber : [ultrajaya.co.id](http://ultrajaya.co.id)

Produk susu UHT dari Ultra Milk mulai diproduksi tahun 1975, produk ini merupakan andalan Ultra Milk. Produk ini memiliki paling banyak varian rasa dari produk lain, seperti varian *full cream*, rasa coklat, stroberi, moka, taro, caramel. Dan varian *Low Fat Hi- Calcium* dengan varian *full cream* dan rasa coklat.

## 2. Ultra Susu Kental Manis Cap Sapi Krimer



**Gambar 2.4 Ultra Susu Kental Manis**

Sumber : [ultrajaya.co.id](http://ultrajaya.co.id)

Produk Ultra susu kental manis mengandung banyak kebaikan protein karbohidrat yang dikombinasikan dengan gula membuat produk ini menjadi produk yang cocok menjadi partner minum kopi dengan krim dan juga untuk kebutuhan membuat kue.

### 3. Ultra Mimi Kids



**Gambar 2.5 Ultra Mimi Kids**

Sumber : [ultrajaya.co.id](http://ultrajaya.co.id)

Produk susu Ultra Kids cocok untuk diminum sehari-hai, terutama bagi anak-anak yang masih dalam pertumbuhan. Produk ini sangat baik bagi anak-anak. Tersedia dalam 4 rasa : full cream, coklat, stroberi, dan vanilla dalam ukuran 125 ml.

## 2.9 Universitas Diponegoro Semarang

### 2.9.1 Sejarah Universitas Diponegoro

Pada tahun 1950an masyarakat Jawa Tengah khususnya masyarakat Semarang membutuhkan sebuah universitas sebagai pelaksana pendidikan dan pengajaran tinggi. Tujuannya untuk membantu pemerintah dalam menangani dan melaksanakan pembangunan di segala bidang khususnya bidang pendidikan. Saat itu Provinsi Jawa Tengah dan Yogyakarta hanya memiliki Universitas Gadjah Mada yang berstatus sebagai universitas negeri.

Namun, meningkatnya jumlah lulusan sekolah menengah atas di Jawa Tengah bagian utara yang hendak melanjutkan Pendidikan tinggi di universitas semakin meningkat, tetapi karena masih sangat terbatasnya universitas yang ada, maka tidak semua lulusan dapat tertampung. Menyadari semakin mendesaknya kebutuhan pendidikan kemudian dibentuk Yayasan Universitas Semarang dengan Akte Notaris R.M. Soeprapto No. 59 tanggal 4 Desember 1956 sebagai langkah awal didirikannya universitas di Semarang dengan nama Universitas Semarang yang secara resmi dibuka pada tanggal 9 Januari 1957, dengan Presiden Universitas yang pertama adalah Mr. Imam Bardjo.

Pada Dies Natalis ketiga Universitas Semarang pada tanggal 9 Januari 1960, Presiden Republik Indonesia, Ir. Soekarno mengganti nama Universitas Semarang menjadi Universitas Diponegoro. Perubahan nama ini merupakan penghargaan terhadap Universitas Semarang atas prestasinya dalam pembinaan bidang pendidikan tinggi di Jawa Tengah.

Keputusan Presiden ini kemudian dikukuhkan dengan Peraturan Pemerintah No 7 Tahun 1961 dan Surat Keputusan Menteri Pendidikan, Pengajaran dan Kebudayaan No 101247/UU tanggal 3 Desember 1960.

Pada tahun 1957 ditetapkan sebagai tahun berdirinya Universitas Diponegoro, dengan memperhatikan realitas sejarah bahwa Universitas Semarang sebagai universitas swasta yang berdiri tahun 1957 merupakan embrio Universitas Diponegoro.

Penetapan Dies Natalis Undip tanggal 15 Oktober 1957 telah dinyatakan dalam laporan Rektor pada Dies Natalis Undip yang ke 13.

Setelah perjalanan panjang Undip, menghantarkan universitas ini menjadi salah satu perguruan tinggi nasional yang diharapkan dapat meningkatkan daya saing bangsa melalui alumni yang dihasilkannya dan karya-karya intelektual lain dalam bidang riset dan pemikiran.

1. Status Perguruan Tinggi Negeri (PTN), Universitas Diponegoro (UNDIP) berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 7 Tahun 1961 merupakan Perguruan Tinggi Negeri yang berkedudukan di Semarang, Ibu Kota Propinsi Jawa Tengah.
2. Status Badan Layanan Umum (BLU), berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan nomor 259/KMK.05./2008 tanggal 15 September 2008 tentang Penetapan Universitas Diponegoro pada Departemen Pendidikan Nasional sebagai Instansi Pemerintah yang menerapkan Pengelolaan Keuangan Badan Layanan Umum. Selanjutnya Universitas Diponegoro dalam pengelolaan keuangan mengikuti pola Pengelolaan Badan Layanan Umum.
3. Status Perguruan Tinggi Negeri-Berbadan Hukum (PTN-BH), didasarkan pada Peraturan Pemerintah No.81 tahun 2014 dan peraturan pemerintah RI No.52 Tahun 2015, Universitas Diponegoro secara resmi menjalankan kelembagaan dengan struktur baru sebagai Perguruan Tinggi Negeri Badan Hukum (PTNBH), yang di launching pada 3 Januari 2017

## **2.9.2 Visi dan Misi**

### **a. Visi**

Universitas Diponegoro tahun 2020, menjadi Universitas Riset yang unggul.

b. Misi:

1. Menyelenggarakan pendidikan sehingga menghasilkan lulusan yang unggul dan kompetitif.
2. Menyelenggarakan penelitian yang menghasilkan publikasi, Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI) , buku ajar, kebijakan dan teknologi yang berhasil guna dan berdaya guna dengan mengedepankan budaya dan sumber daya lokal.
3. Menyelenggarakan pengabdian kepada masyarakat yang menghasilkan publikasi, Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI) , buku ajar, kebijakan dan teknologi yang berhasil guna dan berdaya guna dengan mengedepankan budaya dan sumber daya lokal.
4. Mengembangkan profesionalitas, kapabilitas, akuntabilitas dalam tata kelola universitas yang baik serta kemandirian penyelenggaraan perguruan tinggi.

### 2.9.3 Makna Logo Universitas Diponegoro



**Gambar 2.6 Logo Universitas Diponegoro**

Sumber : [undip.ac.id](http://undip.ac.id)

Universitas Diponegoro mempunyai logo yang digambarkan dalam bentuk dasar segi lima berbingkai lengku dan sisi lima yang berisi kuncup bunga melati yang sedang berkembang, berkelopak 10 helai, berdaun bunga 15 helai. Dalam kuncup bunga melati terdapat keris dan siluet Pangeran Diponegoro dan kupel (kubah) dengan 8 pancaran sinar. Tulisan Universitas Diponegoro terletak pada sisi kiri atas melengkung ke arah sisi kanan atas bunga melati, tulisan Semarang terletak dibawah kelopak bunga melati.

Logo segi lima melambangkan dasar negara Pancasila. Kuncup bunga melati bermakna sebagai lambang pendidikan tinggi. Keris melambangkan ketajaman analisis yang menjamin kemandirian, ketepatan, presisi, dan akurasi serta kegunaan. Siluet Pangeran Diponegoro melambangkan jiwa kepahlawanan yang dimiliki oleh Pangeran Diponegoro yang beriman dan bertakwa terhadap Tuhan Yang Maha Esa, tinggi rasa tanggung jawab, peka dan tanggap terhadap lingkungan dan sekaligus merupakan menifestasi jati diri Universitas Diponegoro. Kupel melambangkan religiusitas warga kampus, ketakwaan dan kepatuhan pada agama yang dianutnya. Pancaran 8 sinar melambangkan pencerahan dan penerangan kepada masyarakat di bidang ilmu pengetahuan, teknologi, dan kesenian serta melambangkan penyebaran hasil Tri Dharma Perguruan Tinggi ke segala penjuru. Daun bunga yang berjumlah 15 helai dan kelopak bunga yang berjumlah 10 helai melambangkan tanggal dan bulan kelahiran Universitas Diponegoro, 15 Oktober.

Warna hitam pada warna dasar, inti dari keris dan pegangannya melambangkan kepribadian. Warna kuning emas (prada) pada warna bingkai dan siluet Pangeran

Diponegoro melambangkan keagungan. Warna merah pada pancaran 8 sinar di belakang siluet Pangeran Diponegoro melambangkan keberanian. Warna putih pada kelopak dan daun bunga serta tulisan Universitas Diponegoro Semarang melambangkan kesucian.

#### 2.9.4 Fakultas dan Program Studi Universitas Diponegoro

**Tabel 2.1 Fakultas dan Jurusan di Universitas Diponegoro**

No.	Fakultas	Jurusan
1	Fakultas Ilmu Sosial dan Politik	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Administrasi Bisnis</li> <li>2. Administrasi Publik</li> <li>3. Ilmu Komunikasi</li> <li>4. Ilmu Pemerintahan</li> <li>5. Hubungan Internasional</li> </ol>
2	Fakultas Hukum	Ilmu Hukum
3	Fakultas Ilmu Budaya	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sastra Jepang</li> <li>2. Sastra Indonesia</li> <li>3. Sastra Inggris</li> <li>4. Sejarah</li> <li>5. Ilmu Perpustakaan</li> </ol>
4	Fakultas Sains dan Matematika	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fisika</li> <li>2. Kimia</li> <li>3. Biologi</li> <li>4. Statistika</li> <li>5. Matematika</li> <li>6. Teknik Informatika</li> </ol>

No.	Fakultas	Jurusan
5	Fakultas Ekonomika dan Bisnis	1. Akuntansi 2. Ilmu Ekonomi Studi pembangunan 3. Manajemen 4. Ekonomi Islam
6	Psikologi	Psikologi
7	Fakultas Kedokteran	1. Pendidikan Dokter 2. Ilmu Gizi 3. Keperawatan
8	Fakultas Kesehatan Masyarakat	Kesehatan Masyarakat
9	Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan	1. Manajemen Sumber Daya Perairan 2. Budidaya Perairan 3. Pemanfaatan Sumber Daya Perikanan 4. Teknologi Hasil Perikanan 5. Oceanografi
10	Fakultas Peternakan dan Pertanian	1. Peternakan 2. Teknologi Pangan 3. Agroteknologi 4. Agribisnis

No.	Fakultas	Jurusan
11	Fakultas Teknik	1. Teknik Industri 2. Sistem Komputer 3. Teknik Mesin 4. Teknik Sipil 5. Arsitektur 6. Teknik Geodesi 7. Teknik Geologi 8. Teknik Kimia 9. Perencanaan Wilayah dan Kota 10. Teknik Perkapalan 11. Teknik Lingkungan 12. Teknik Elektro
12	Sekolah Vokasi	Sekolah Vokasi

Sumber: undip.ac.id,2022

## 2.10 Identitas Responden

Identitas responden merupakan gambaran umum yang mendeskripsikan beberapa informasi terkait responden.

### 2.10.1 Deskripsi Identitas Responden

Responden dalam penelitian ini ialah Mahasiswa Universitas Diponegoro yang membeli Susu Ultra Milk yang berjumlah 100 orang dengan kriteria yang sebelumnya sudah ditentukan dan memiliki perbedaan karakter yang akan memberikan persepsi terkait Pengaruh Kualitas Produk, Harga dengan Keputusan Pembelian terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Susu Ultra Milk Mahasiswa Universitas Diponegoro).

Peneliti menyajikan data yang diolah dari hasil penelitian serta disajikan dalam bentuk tabel yang meliputi data terkait identitas responden, persepsi responden tentang variabel kualitas produk, variabel harga, variabel keputusan pembelian dan variabel loyalitas konsumen.

Penelitian ini menggunakan beberapa syarat atau kriteria untuk menentukan responden. Adapun kriteria yang digunakan untuk pengambilan sampel adalah sebagai berikut:

1. Mahasiswa Universitas Diponegoro
2. Minimal umur 17 tahun
3. Bersedia mengisi kuesioner penelitian

Data dalam penelitian ini diperoleh peneliti melalui penyebaran kuesioner yang akan dijabarkan berdasarkan indikator dari setiap variabel penelitian. Sesuai dengan yang dijabarkan berdasarkan pada definisi operasional, variabel kualitas produk, diukur dengan 4 indikator, variabel harga dengan 4 indikator variabel, variabel keputusan pembelian dengan 5 indikator, variabel loyalitas konsumen dengan 4 indikator.

### **2.10.2 Jenis Kelamin Responden**

Menurut Hungu (2016), jenis kelamin adalah perbedaan pria dengan wanita secara biologis ketika orang itu dilahirkan. Jenis kelamin yang ada pada responden susu Ultra Milk pada Mahasiswa Universitas Diponegoro dibagi menjadi dua yaitu laki-laki dan perempuan. Tabel dibawah ini terdapat data dari responden susu Ultra Milk pada Mahasiswa Universitas Diponegoro

**Tabel 2.2 Jenis Kelamin Responden**

<b>No.</b>	<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Frekuensi (Orang)</b>	<b>Presentase (%)</b>
1.	Laki-laki	20	20%
2.	Perempuan	80	80%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data Primer yang diolah,2022

Berdasarkan data di atas, dapat dilihat bahwa presentase konsumen Susu Ultra Milk berjenis kelamin laki-laki sebesar 20% dan berjenis kelamin perempuan sebesar 80%. Dari jumlah tersebut dapat disimpulkan bahwa dari seluruh responden konsumen perempuan merupakan responden dengan persentase paling besar yang melakukan pembelian pada Susu Ultra Milk.

### **2.10.3 Umur Responden**

Susu Ultra merupakan salah satu susu yang dikonsumsi oleh mahasiswa, menjadi pilihan alternatif ketika masyarakat disibukkan dengan kegiatan di luar dan berpergian. Usia seseorang dapat mempengaruhi kedewasaannya dalam bersikap dan mengambil keputusan. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang diberikan kepada responden dan setidaknya berusia 17 tahun. Dapat ditemukan pada tabel 2.3 di bawah ini.

**Tabel 2.3 Identitas Responden Berdasarkan Umur**

<b>No</b>	<b>Kelompok Umur</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase (%)</b>
1	17-22 tahun	81	81%
2	23-28 tahun	19	19%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber: Data primer yang diolah,2022

Berdasarkan Tabel 2.3 dapat diketahui bahwa mayoritas responden berada di rentang usia 17-22 tahun yang berjumlah 81 orang (81%). Sedangkan frekuensi terkecil berada di rentang usia 23-28 tahun yang berjumlah 19 orang (19%). Oleh

karena itu dapat dikatakan bahwa penikmat susu Ultra Milk adalah di rentang usia 17-22 tahun.

#### 2.10.4 Fakultas Responden

Data mengenai fakultas responden bertujuan untuk mengetahui dari mana saja asal fakultas responden yang berjumlah 100 orang mahasiswa S1 maupun D3 Universitas Diponegoro yang mengonsumsi produk susu Ultra Milk. Data fakultas responden ditunjukkan dalam tabel 2.1 berikut ini :

**Tabel 2.4 Jumlah Responden**

No	Fakultas	Jumlah	Presentase (%)
1	FISIP	35	35%
2	FEB	13	13%
3	FSM	8	8%
4	FIB	6	6%
5	FT	7	7%
6	FKM	2	2%
7	Fpsi	4	4%
8	FK	7	7%
9	FH	3	3%
10	FPP	1	1%
11	FPIK	6	6%
12	Sekolah Vokasi	8	8%
<b>Jumlah</b>		<b>1000</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data primer yang diolah,2022

Berdasarkan Tabel 2.4 bisa dilihat bahwa jumlah responden tiap fakultas tertinggi adalah FISIP sebesar 35 responden atau 35%. FEB sebanyak 13 responden atau 13%. FT dan FK sebanyak 7 responden atau 7%. Lalu FSM dan Sekolah Vokasi 8 responden atau 8%. FPIK dan FIB 6 responden atau 6%. Fpsi 4 responden atau 4% dan jumlah responden yang terendah adalah FH sebanyak 3 responden atau 3%, FKM sebanyak 2 responden atau 2% dan FPP sebanyak 1 responden atau 1%.

### 2.10.5 Penghasilan Per Bulan Responden

Penghasilan adalah pemasukan seseorang atas pengerjaan suatu usaha atau pekerjaan. Penghasilan perbulan yang dimaksud disini adalah pemasukan responden yang didapat dari hasil jerih payah bekerja maupun uang jajan dari orang tua. Kemudian didapatkan data responden susu Ultra Milk terkait penghasilan perbulan, yaitu sebagai berikut:

**Tabel 2.5 Penghasilan Per Bulan Responden**

No.	Penghasilan	Frekuensi (Orang)	Presentase (%)
1	< Rp.1.000.000	56	56%
2	Rp.1.000.000- Rp2.000.000	32	32%
3	Rp.2000.000- Rp.3.000.000	6	6%
4	Rp.3000.000- Rp.4.000.000	1	1%
5	>Rp.5.000.000	5	5%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 2.5 diatas, diketahui bahwa mayoritas dari pendapatan responden berjumlah kurang dari Rp.1.000.000 dengan presentase sebanyak 56% . Presentase terbesar kedua yakni sebesar 32% responden dengan penghasilan Rp.1.000.000-Rp2.000.000. Sedangkan presentase terkecil yakni sebanyak 1% responden dengan penghasilan Rp 3.000.000-Rp.4.000.000. Berdasarkan hasil penelitian yang didapat, bagi mayoritas responden dengan pendapatan <Rp 1.000.000 bagi seorang dengan latar belakang mahasiswa , hal ini bukan merupakan pendapatan penghasilan karena sudah bekerja, melainkan jumlah uang saku per bulan yang mereka terima.