

RINGKASAN

Agintha Lintang, 2013, **Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pelanggan Monopoli Resto & Cafe Jalan Merbabu Kota Malang)**, Dra. Frasisca Yaningwati, M.Si dan Drs. Wilopo, MAB

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama dan parsial variabel-variabel dalam Atribut Produk yang terdiri atas Fisik Produk (X_1), Produk Psikologis (X_2), dan Produk Pelayanan Pelanggan (X_3) terhadap Pembelian Produk (Y). Serta untuk mengetahui Atribut Produk yang memiliki pengaruh yang dominan. Jenis penelitian yang digunakan yaitu *explanatory research* dengan analisis kuantitatif dan metode survey. Metode dan instrument pengumpulan data menggunakan kuesioner. Pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling* (sampling insidental) dengan penarikan sampel sebanyak 100 orang responden. Analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif dan regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan ketiga variabel Atribut Produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Pembelian Produk. Nilai F_{hitung} sebesar 33,524 dan probabilitas 0,000 ($sig < 0,05$) dengan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,496 yang artinya Atribut Produk berpengaruh/dapat menjelaskan Pembelian Produk (Y) sebesar 49,6%, sedangkan sisanya sebesar 50,4% dipengaruhi/dapat dijelaskan oleh variabel diluar penelitian. Secara parsial variabel Fisik Produk (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pembelian Produk dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,212, t_{hitung} 3,294 > t_{tabel} 1,985 dan probabilitas 0,001 ($sig < 0,05$). Variabel Produk Psikologis (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pembelian Produk (Y) dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,109, t_{hitung} 2,368 > t_{tabel} 1,985 dan probabilitas 0,020 ($sig < 0,05$). Variabel Produk Pelayanan Pelanggan (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pembelian Produk (Y) dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,451, t_{hitung} 3,807 > t_{tabel} 1,985 dan probabilitas 0,000 ($sig < 0,05$).

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh bahwa Secara bersama-sama ketiga variabel atribut produk Fisik Produk, Produk Psikologis, dan Produk Pelayanan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Pembelian Produk, sehingga Monopoli resto & cafe harus senantiasa mempertahankan dan memperbaiki atribut yang sudah ada tersebut dengan menciptakan kesan bahwa Monopoli resto & cafe merupakan pilihan yang terbaik bagi konsumen. Diharapkan Monopoli resto & cafe dapat mempertahankan serta meningkatkan mutu dari Produk Pelayanan Pelanggan yang dimiliki, karena variabel Produk Pelayanan Pelanggan mempunyai pengaruh yang dominan dalam mempengaruhi Proses keputusan pembelian.

SUMMARY

Agintha Lintang, 2013, Leverage of Product Attributes to the Buying Decision (Survey on Customer Monopoli Resto & Café Merbabu Street Malang City), Dra. Frasisca Yaningwati, M.Si dan Drs. Wilopo, MAB

This research intends to know the leverage of product attributes variables that Physical product (X_1), Psychological Product (X_2), dan Customer Service Product (X_3) to Buying Product (Y) collectively nor separatedly, also for knowing which dominant variable it is. The sort of research is explanatory research with quantitative analysis and survey method. The data collection are using accidental sampling technique with sample withdrawal in amount of 100 respondents. The used data analysis and multiple linear regression.

This research results shows that three product attribute variables leverage to Buying Product collectively and significant. Value of F_{count} is 33,524 and the value probability 0,000 ($\text{sig} < 0,05$) within value of Adjusted R square is 0,496 that means if product attribute can effect/define Buying Product as amount of 49,6% while the remain are 50,4% can effected/defined out of other research. Partially, Physical product (X_1) has positive and significant influence to Buying Product (Y) with regression coefficient is 0,212, value of t_{count} is 3,294 $> t_{\text{table}}$ 1,985 and probability 0,001 ($\text{sig} < 0,05$). Psychological Product (X_2) has positive and significant influence to Buying Product (Y) with regression coefficient is 0,109, value t_{count} is 2,368 $> t_{\text{table}}$ 1,985 and probability 0,020 ($\text{sig} < 0,05$). Customer Service Product (X_3) has positive and significant influence to Buying Product (Y) with regression coefficient is 0,451, value of t_{count} is 3,807 $> t_{\text{table}}$ 1,985 and probability 0,000 ($\text{sig} < 0,05$).

Based on this research result obtained that collectively three product attribute variables Physical product, Psychological Product, and Customer Service Product can leverage to Buying Product significant, so Monopoli resto & cafe must continue to keep and fix these attribute with creating the impression that is given to create a best choice of Monopoli resto & cafe for costumers. The expated of Monopoli resto & cafe can keep and increase the quality of Customer Service Product the used, because Customer Service Product which has the effect to Buying Product dominantly.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pelanggan Monopoli Resto & Cafe Jalan Merbabu Kota Malang)”.

Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Administrasi Bisnis Pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. Sumartono, M.S., selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
2. Ibu Dra. Fransisca Yaningwati, M.S., selaku Ketua komisi pembimbing yang telah berkenan memberikan banyak membimbing, arahan serta petunjuk kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan penuh kesabaran.
3. Bapak Drs. Wilopo, MAB., selaku Anggota komisi pembimbing yang telah berkenan memberikan sumbangsih pemikiran dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi.
4. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang telah ilmu dan nasehat yang bermanfaat bagi penulis.

5. Keluarga tercinta yang selalu memberikan dukungan, doa, dan semangat tiada henti-hentinya dalam menyemangati penulis untuk menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
6. Fahmi Rezha yang selalu menjadi tempat berbagi dan selalu membantu penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
7. Nova A, Nindy, serta Resti yang selama ini menjadi tempat untuk berbagi pengalaman dan kebahagiaan.
8. Keluarga besar LPM DIANNS khususnya Meidy, Trianna, Della, Titin, Yogi, Wahyu, Anggie, Hakam, Sulis, Anita, Dio, Aryo, Fajar, Bintang, anggi, Nindri.
9. Keluarga besar Monopoli resto & cafe yang sangat membantu dalam mengumpulkan data dalam proses penelitian.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.

Demikian Kesempurnaan skripsi ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga karya skripsi ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Malang, 04 April 2013

Penulis