

RINGKASAN

Ferdian Pradana, 2011, **"Pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pengguna Sepeda Motor Suzuki Satria FU 150 pada Komunitas Sepeda Motor "Malang Satria F150 Alliance" MAFIA - Malang)**, Prof. Drs. Achmad Fauzi, DH, MA dan Drs. Edy Yulianto, MP, 96 Hal + x

Suzuki adalah salah satu perusahaan otomotif besar yang memproduksi kendaraan bermotor roda dua dengan berbagai macam jenis produk di dalamnya. Berbagai jenis kendaraan roda dua telah diproduksi mulai dari jenis motor bebek, sport, dan matic. Suzuki Satria FU 150 merupakan salah satu pelopor sepeda motor *bebek sport 150 cc* (terbesar di kelasnya) yang bermesin *Double Overhead Camshaft (DOHC)*, sebuah teknologi pada mesin mobil yang diaplikasikan pada sepeda motor, di mana teknologi tersebut akan lebih memperhalus kinerja mesin, sekaligus meningkatkan akselerasi dari mesin, sehingga dapat meningkatkan performa mesin. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui dan menjelaskan pengaruh simultan dan parsial variabel Harga, Mutu, Merek, Desain, serta Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian. Dalam penelitian ini diduga bahwa variabel Harga, Mutu, Merek, Desain, serta Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian dan diduga variabel Desain berpengaruh dominan terhadap Keputusan Pembelian.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian *explanatory*. Penelitian ini menggunakan 56 orang sebagai sampel yang diambil secara acak pada Komunitas Sepeda Motor "Malang Satria F150 Alliance" MAFIA, Malang. Analisis data yang digunakan adalah analisis statistik yaitu Regresi Linier Berganda.

Dari hasil penelitian ini didapatkan bahwa variabel Harga, Mutu, Merek, Desain, serta Pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dan secara parsial kelima variabel juga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Variabel Desain merupakan variabel dominan yang mempengaruhi Keputusan Pembelian. Hal ini mengindikasikan bahwa konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli memperhatikan Desain yang mana bagian ini merupakan pertimbangan pertama secara visual. Dengan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,746 menunjukkan bahwa proses keputusan pembelian pada *Suzuki Satria FU 150* dipengaruhi oleh variabel-variabel Atribut Produk, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar kelima variabel bebas yang diteliti.

KATA PENGANTAR

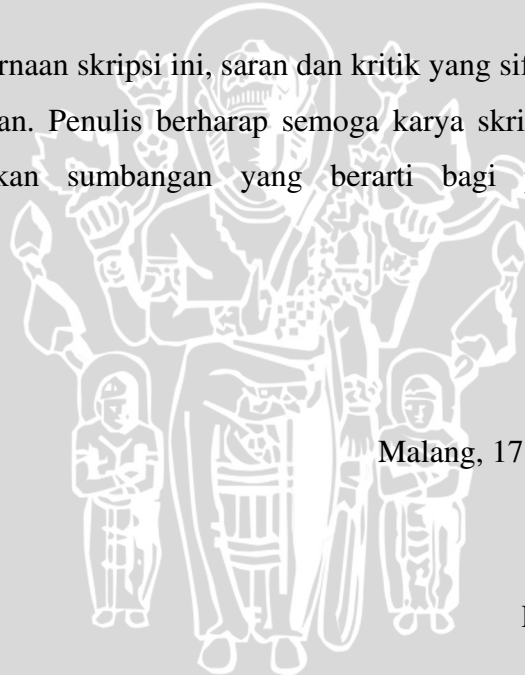
Segala puji dan rasa syukur penulis haturkan kepada Allah SWT atas limpahan Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga skripsi dengan judul **”Pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pengguna Sepeda Motor Suzuki Satria FU 150 pada Komunitas Sepeda Motor “Malang Satria F150 Alliance” MAFIA - Malang)** ini dapat terselesaikan. Skripsi ini dibuat sebagai akhir dari rangkaian pembelajaran sekaligus sebagai salah satu syarat untuk menempuh ujian sarjana di Fakultas Ilmu Administrasi Jurusan Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya. Menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan baik moril maupun materiil dari berbagai pihak, terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Sumartono, MS, selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.
2. Bapak Prof. Dr. Bambang Supriono, MS, selaku Pembantu Dekan I Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.
3. Bapak Drs. R. Rustam Hidayat, M.Si, selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya Malang.
4. Bapak Prof. Drs. Achmad Fauzi, DH, MA, selaku Dosen Pembimbing pertama yang telah berkenan memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Drs. Edy Yulianto, MP, selaku Dosen Pembimbing kedua yang telah berkenan memberikan bimbingan dan pengarahan terhadap penyusunan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang khususnya Dr. Djamhur Hamid, M,Si atas ilmu dan nasihat yang telah diberikan, seluruh staf dan karyawan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang atas bantuannya.
7. Saudara Ferditya Krisnanda selaku Ketua organisasi Komunitas Sepeda Motor MAFIA (Malang Satria F150 Alliance) Malang yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian dan seluruh anggota komunitas

MAFIA (Malang Satria FU 150 Alliance) Malang, atas bantuannya selama kegiatan pendokumentasian data.

8. Keluarga tercintaku yang senantiasa mendampingi, menyayangi, memberikan doa serta dukungannya selama ini sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Sahabat-sahabatku, khususnya Dwi Wahyu Wijaya, dan semua yang telah memberi motivasi, bantuan, dorongan dalam penyusunan skripsi ini.
10. Citra Ayu Permatasari yang telah memberikan motivasi, bantuan tenaga pikiran dan doanya dalam penyusunan skripsi ini.
11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan informasi dan bimbingan, sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.

Demi kesempurnaan skripsi ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Penulis berharap semoga karya skripsi ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak-pihak yang membutuhkan.



Malang, 17 September 2011

Penulis



DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	
TANDA PENGESAHAN	
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	
RINGKASAN	i
KATA PENGANTAR	ii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
 BAB I	
PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Kontribusi Penelitian	5
E. Sistematika Pembahasan	6
 BAB II	
TINJAUAN PUSTAKA	
A. Kajian Empiris	
1. Penelitian Terdahulu	8
B. Kajian Teoritis	
1. Pengertian Produk	14
2. Klasifikasi Produk	15
3. Pengertian Atribut Produk	17
4. Komponen Atribut Produk	17
a. Harga	17
b. Mutu	18
c. Merek	19
d. Desain	20
e. Pelayanan	20
5. Pengertian Perilaku Konsumen	21
6. Model Perilaku Konsumen	22
7. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	24
1. Faktor Budaya	24
2. Faktor Sosial	24
3. Faktor Pribadi	25
4. Faktor Psikologis	25
8. Pengertian Keputusan Pembelian	26
9. Struktur Keputusan Pembelian	27
10. Hubungan Atribut Produk dengan Keputusan Pembelian	30
C. Model Konsep	31
D. Model Hipotesis	31

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	35
B. Lokasi Penelitian	36
C. Konsep, Variabel, Definisi Operasional dan Skala Pengukuran	36
1. Konsep	36
2. Variabel	37
3. Definisi Operasional	39
4. Skala Pengukuran	41
D. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	42
1. Populasi	42
2. Sampel	42
3. Teknik Pengambilan Sampel	43
E. Teknik Pengumpulan Data	44
1. Sumber Data	44
2. Metode Pengumpulan Data	44
3. Instrumen Penelitian	44
F. Validitas dan Reliabilitas	45
1. Uji Validitas	45
2. Uji Reliabilitas	46
G. Teknik Analisis Data	47
1. Analisis Deskriptif	48
2. Analisis Regresi Linier Berganda	49

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Penyajian Data	51
1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	51
2. Deskripsi Responden	59
B. Distribusi Variabel Penelitian	64
1. Variabel Harga (X_1)	64
2. Variabel Mutu (X_2)	66
3. Variabel Merek (X_3)	69
4. Variabel Desain (X_4)	71
5. Variabel Pelayanan (X_5)	73
6. Struktur Keputusan Pembelian (Y)	76
C. Analisis Data dan Interpretasi	78
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	78
a. Hasil Pengujian Hipotesis I (Pengujian Secara Simultan)	79
b. Hasil Pengujian Hipotesis II (Pengujian Secara Parsial)	80
c. Hasil Pengujian Hipotesis III (Pengujian Dominan)	84
D. Pembahasan	85
1. Pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian	85
2. Pengaruh masing-masing variabel Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian	87

a. Pengaruh Variabel Harga (X_1) terhadap Struktur Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Satria FU 150	87
b. Pengaruh Variabel Mutu (X_2) terhadap Struktur Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Satria FU 150	89
c. Pengaruh Variabel Merek (X_3) terhadap Struktur Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Satria FU 150	90
d. Pengaruh Variabel Desain (X_4) terhadap Struktur Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Satria FU 150	91
e. Pengaruh Variabel Pelayanan (X_5) terhadap Struktur Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Satria FU 150	93

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	94
B. Saran	95

DAFTAR PUSTAKA

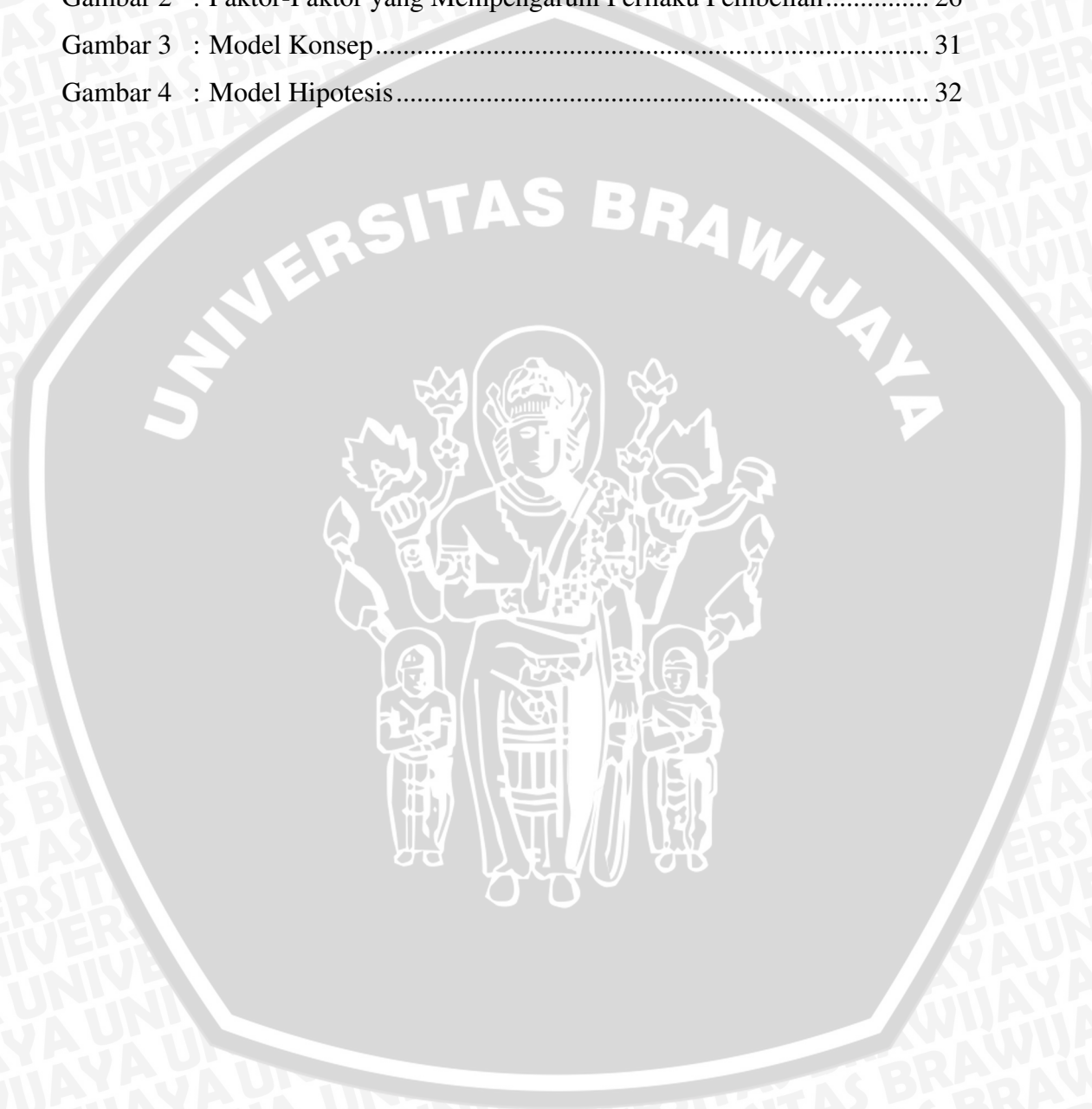


DAFTAR TABEL

Tabel 1	: Mapping Penelitian Terdahulu	12
Tabel 2	: Konsep, Variabel, Indikator, dan Item Penelitian	39
Tabel 3	: Rekapitulasi Hasil Pengujian Validitas	45
Tabel 4	: Rekapitulasi Uji Reliabilitas.....	46
Tabel 5	: Interpretasi Hasil Jawaban Responden.....	47
Tabel 6	: Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
Tabel 7	: Jumlah Responden Berdasarkan Usia	56
Tabel 8	: Jumlah Responden Berdasarkan Status	56
Tabel 9	: Jumlah Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Akhir	57
Tabel 10	: Jumlah Responden Berdasarkan Lama Menggunakan.....	58
Tabel 11	: Distribusi Frekuensi Variabel Harga (X_1)	60
Tabel 12	: Distribusi Frekuensi Variabel Mutu (X_2)	62
Tabel 13	: Distribusi Frekuensi Variabel Merek (X_3)	64
Tabel 14	: Distribusi Frekuensi Variabel Desain (X_4).....	66
Tabel 15	: Distribusi Frekuensi Variabel Pelayanan (X_5)	69
Tabel 16	: Distribusi Frekuensi Variabel Desain (Y).....	71
Tabel 17	: Rekapitulasi Hasil Pengolahan Data	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Model Perilaku Pembeli.....	23
Gambar 2 : Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian.....	26
Gambar 3 : Model Konsep.....	31
Gambar 4 : Model Hipotesis.....	32



DAFTAR LAMPIRAN

1. Hasil Tabulasi KuisionerLampiran 1
2. Distribusi Frekuensi VariabelLampiran 2
3. Hasil Uji InstrumenLampiran 3
4. Hasil Analisis Regresi Linier BergandaLampiran 4

