

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei pada Mahasiswa yang Membeli Minute Maid Pulpy Orange Angkatan 2008/2009 dan 2009/2010 Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang)

Disusun Oleh : Lita Anggraeni

NIM : 0910322009

Fakultas : Ilmu Administrasi

Jurusan : Administrasi Bisnis

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Malang, 26 Maret 2012

Komisi Pembimbing



Prof. Drs. Achmad Fauzi, DH. MA
NIP. 19450815 197412 1 002



Drs. Wasis A. Latief, MP
NIP. 19481129 197803 1 001

TANDA PENGESAHAN

Telah dipertahankan di depan majelis penguji skripsi, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya, pada:

Hari : Senin

Tanggal : 23 April 2012

Jam : 09.00

Skripsi Atas Nama : Lita Anggraeni

Judul : Pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian
(Survei pada Mahasiswa yang Membeli Minute Maid
Pulpy Orange Angkatan 2008/2009 dan 2009/2010
Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi
Universitas Brawijaya Malang)

dan dinyatakan lulus

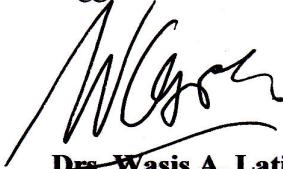
MAJELIS PENGUJI

Ketua



Prof. Drs. Achmad Fauzi, DH, MA
NIP. 19450815 197412 1 002

Anggota



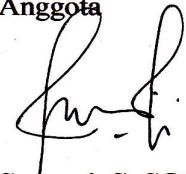
Drs. Wasis A. Latief, MP
NIP. 19481129 197803 1 001

Anggota



Dr. Imam Suyadi, M. Si
NIP. 19521116 197903 1 002

Anggota



Sunarti, S. SOS, MAB
NIP. 19740717 199802 2 001

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh pihak lain untuk mendapatkan karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebut dalam sumber kajian kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S-1) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan pasal 70)

Malang, 5 April 2012

Mahasiswa



Nama : Lita Anggraeni

NIM : 0910322009

RINGKASAN

Lita Anggraeni, 2012, **Pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian** (Survei pada Mahasiswa yang Membeli Minute Maid Pulpy Orange Angkatan 2008/2009 dan 2009/2010 Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang), Prof. Drs. Achmad Fauzi, DH. MA, Drs. Wasis A. Latief, MP, 91 Hal. + xiii.

Minute Maid Pulpy Orange adalah minuman rasa buah jeruk dengan bulir jeruk asli/pulp yang menyegarkan dan dengan jeruk kualitas terbaik. Minute Maid Pulpy Orange menjadi produk minuman pertama di Indonesia yang di dalam minuman tersebut terdapat bulir dari buah jeruk. Penelitian ini bertujuan untuk Mengetahui dan menjelaskan pengaruh Atribut Produk yang terdiri dari variabel-variabel: Merek, Kemasan, Kualitas, dan Harga secara parsial dan simultan terhadap Struktur Keputusan Pembelian.

Jenis penelitian yang digunakan adalah *explanatory research*. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 116 orang responden yang merupakan Mahasiswa yang Minute Maid Pulpy Orange Angkatan 2008/2009 dan 2009/2010 Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya. Metode pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda, pengujian hipotesis yaitu dengan uji F (simultan) dan uji t (parsial). Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa diketahui nilai F hitung sebesar 33,981 dengan Signifikansi F sebesar 0,000 ($p<0,05$) atau $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $33,981 > 2,453$ ($\alpha = 0,05$; df regresi = 4 : df residual = 111) menunjukkan H_0 ditolak. Jika H_0 ditolak maka hipotesis pertama yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara simultan dari Atribut Produk yang terdiri dari Merek (X_1), Kemasan (X_2), Kualitas (X_3), dan Harga (X_4) pada Struktur Keputusan Pembelian (Y) dapat diterima. Hasil *Adjusted R Square* sebesar 0,534, menunjukkan bahwa 53,4% variabel Struktur Keputusan Pembelian (Y) dipengaruhi oleh variabel bebasnya, yaitu Merek (X_1), Kemasan (X_2), Kualitas (X_3), dan Harga (X_4), sedangkan sisanya 46,6% variabel Struktur Keputusan Pembelian (Y) akan dipengaruhi oleh variabel-variabel yang lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Hasil dari analisis regresi dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel bebas dari Atribut Produk (X) yang memiliki pengaruh dominan terhadap variabel terikat Struktur Keputusan Pembelian (Y) adalah Variabel Kualitas (X_3).

Hasil keseluruhan dapat disimpulkan bahwa variabel bebas dari Atribut Produk Merek (X_1), Kemasan (X_2), Kualitas (X_3), dan Harga (X_4) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Struktur Keputusan Pembelian (Y) secara simultan. Secara parsial, Atribut Produk yang terdiri dari Merek (X_1), Kualitas (X_3), dan Harga (X_4) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Struktur Keputusan Pembelian, sedangkan Kemasan (X_2), mempunyai pengaruh secara tidak signifikan terhadap Struktur Keputusan Pembelian (Y).

Kata Kunci: Merek, Kemasan, Kualitas, Harga, Struktur Keputusan Pembelian.

SUMMARY

Lita Anggraeni, 2012, **Product attributes Influence on Buying Decision** (Survey on Students who buy Minute Maid Pulpy Orange Force 2008/2009 and 2009/2010 Departement of Business Administration Faculty of Administrative Sciences Brawijaya University of Malang), Prof. Drs. Achmad Fauzi, DH. MA, Drs. Wasis A. Latief, MP, 91 Pages+xiii.

Minute Maid Pulpy Orange is an orange flavored drink with real orange grains / pulp is refreshing and the best quality oranges. Minute Maid Orange Pulpy became the first beverage products in Indonesia who are in the drink contained grains of citrus fruit. This study aims to Know and explain the influence of product attributes which consist of the variables: Brands, Packaging, Quality, and Price and simultaneous partial structure Buying Decision.

This type of study is explanatory research. The sample in this study were 116 respondents who are students of Minute Maid Orange Pulpy Force 2008/2009 and 2009/2010 Department of Business Administration Faculty of Administrative Sciences UB. Methods of data collection using questionnaires. The analysis used is descriptive analysis and multiple linear regression analysis, the test is to test hipotesi F (simultaneous) and the t test (partial). The sampling technique used was accidental sampling.

The results showed that the known value of F calculated at 33.981 with a significance F of 0.000 ($p < 0.05$) or $F_{calculated} > F_{table}$ is $33.981 > 2.453$ ($\alpha = 0.05$: df = 4 regression: residual df = 111) showed H_0 is rejected. If H_0 is rejected, the first hypothesis which states that there is a simultaneous influence of product attributes which consist of Brand (X_1), Packaging (X_2), Quality (X_3), and price (X_4) in the Purchase Decision Structure (Y) is acceptable. Results Adjusted R Square of 0.534, indicating that 53.4% of the variable structure Buying Decision (Y) is affected by the independent variables, namely Brand (X_1), Packaging (X_2), Quality (X_3), and price (X_4), while the remaining 46, 6% variable Buying Decision Structure (Y) will be influenced by other variables not addressed in this study. Results of regression analysis in this study indicate that the independent variables of product attributes (X) which has a dominant influence on the dependent variable Buying Decision Structure (Y) is the quality variable (X_3).

The overall results can be concluded that the independent variables of Brand Product Attributes (X_1), Packaging (X_2), Quality (X_3), and price (X_4) has a significant effect on the Buying Decision Structure (Y) simultaneously. Partially, which consists of Product Attributes Brand (X_1), Quality (X_3), and price (X_4) has a significant influence on purchase decision structure, while the Packaging (X_2), had no significant influence of the Structure of Buying Decision (Y) .

Keywords: Brands, Packaging, Quality, Price, Buying Decision Structure.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa yang Membeli Minute Maid Pulpy Orange Angkatan 2008/2009 dan 2009/2010 Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang)”. Penulisan skripsi ini merupakan tugas akhir untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, dorongan, dan bimbingan dari berbagai pihak dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Sumartono, MS selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
2. Bapak Dr. Kusdi Rahardjo, DEA selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
3. Bapak Drs. R. Rustam Hidayat, M.Si selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
4. Bapak Prof. Drs. Achmad Fauzi DH, MA selaku Ketua Komisi Pembimbing yang telah berkenan, selalu memberikan waktu luang untuk bimbingan, dan sabar dalam memberikan petunjuk, arahan, serta bimbingan dalam penulisan skripsi ini hingga dapat terselesaikan.

5. Bapak Drs. Wasis A. Latief, MP selaku Anggota Komisi Pembimbing yang telah berkenan dan sabar dalam memberikan petunjuk, arahan, serta bimbingan dalam penulisan skripsi ini hingga dapat terselesaikan
6. Kedua orang tua dan kakak-kakak tersayang yang telah memberikan doa dan dukungan baik secara moril maupun materiil untuk kelancaran penulisan skripsi ini.
7. Chairul Bahtiar yang selalu memberikan semangat, dan dukungannya pada saat proses penyelesaian skripsi ini.
8. Teman-teman yang sering membagikan ilmunya dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan, maka saran dan kritik untuk melengkapi tulisan ini akan diterima. Semoga karya skripsi ini dapat bermanfaat bagi setiap pembaca.

Malang, 4 April 2012

DAFTAR ISI**MOTTO**

LEMBAR PERSETUJUAN	i
TANDA PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
RINGKASAN	iv
<i>SUMMARY</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii

BAB I**PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Kontribusi Penelitian	5
E. Sistematika Penulisan	6

BAB II**TINJAUAN PUSTAKA**

A. Penelitian Terdahulu	8
1. Haryono, Fauzi D.H., Arifin (2003)	8
2. Wahyudi (2005)	10
3. Anam (2007)	11
4. Sanjaya dan Suryandari (2008)	12
5. Wahdi (2008)	13
B. Pemasaran	14
1. Pengertian Pemasaran	14
2. Bauran Pemasaran	15
C. Produk	15
1. Pengertian Produk	15
2. Tingkatan Produk	16
3. Hierarki Produk	17
4. Klasifikasi Produk	18
D. Atribut Produk	19
1. Pengertian Atribut Produk	19
2. Komponen Atribut Produk	20
E. Perilaku Konsumen	24

BAB IV**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A.	Gambaran Umum Lokasi Penelitian	56
1.	Profil Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya	56
2.	Visi dan Misi Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya	57
3.	Program Studi Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya	57
4.	Fasilitas Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya	59

BAB V**PENUTUP**

A. Kesimpulan	89
B. Saran	90

DAFTAR PUSTAKA

B. Karakteristik Responden	62
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan	63
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	63
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku	65
C. Deskripsi Data	65
1. Distribusi Frekuensi Variabel Merek (X_1).....	65
2. Distribusi Frekuensi Variabel Kemasan (X_2)	68
3. Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas (X_3)	70
4. Distribusi Frekuensi Variabel Harga (X_4)	72
5. Distribusi Frekuensi Variabel Struktur Keputusan Pembelian (Y)	75
D. Pengujian Hipotesis	77
1. Uji Asumsi Klasik	77
2. Uji Simultan atau Uji F	80
3. Uji Parsial atau Uji t	81
E. Pembahasan	84

DAFTAR TABEL

No.	Judul	Hal.
Tabel 1	Pemetaan Penelitian Terdahulu	34
Tabel 2	Konsep, Variabel, Indikator, dan <i>Item</i> Penelitian	43
Tabel 3	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Merek (X_1)	49
Tabel 4	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kemasan (X_2)	50
Tabel 5	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kualitas (X_3)	51
Tabel 6	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Harga (X_4)	51
Tabel 7	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Struktur Keputusan Pembelian (Y)	52
Tabel 8	Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan	63
Tabel 9	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Responden	63
Tabel 10	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
Tabel 11	Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku	65
Tabel 12	Distribusi Frekuensi Variabel Merek (X_1)	66
Tabel 13	Distribusi Frekuensi Variabel Kemasan (X_2)	68
Tabel 14	Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas (X_3)	70
Tabel 15	Distribusi Frekuensi Variabel Harga (X_4)	73
Tabel 16	Distribusi Frekuensi Variabel Struktur Keputusan Pembelian	75
Tabel 17	Hasil Uji Normalitas Data	77
Tabel 18	Hasil Uji Multikolinieritas	78
Tabel 19	Rekapitulasi Analisis Regresi Berganda antara Merek (X_1), Kemasan (X_2), Kualitas (X_3) dan Harga (X_4) terhadap Struktur Keputusan Pembelian (Y)	80

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Hal.
Gambar 1	Tingkatan Produk	17
Gambar 2	Model Konseptual Penelitian	39
Gambar 3	Grafik Scatter Plot Y	79



DAFTAR LAMPIRAN

- | No. | Lampiran |
|-----|-------------------------------|
| 1 | Surat Riset |
| 2 | Kusioner Penelitian |
| 3 | Jawaban Responden |
| 4 | Validitas dan Reliabilitas |
| 5 | Tabel Frekuensi |
| 6 | Analisis Regresi |
| 7 | Distribusi F dan Distribusi t |
| 8 | Uji Asumsi Klasik |

