

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN AIR MINUM MINERAL KEMASAN AQUA
DI SURAKARTA**



SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta**

Disusun Oleh :

**BAUT ARI WISANTO
NIM. B 100 070 163**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2011

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul :

“PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM MINERAL KEMASAN AQUA DI SURAKARTA”

Yang ditulis oleh :

BAUT ARI WISANTO
NIM. B 100 070 163

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima :

Surakarta, 2011

Pembimbing

(Jati Waskito,SE., MSi)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Surakarta

(Dr. Triyono, M.Si)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta - 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : BAUT ARI WISANTO
NIRM : 07.6.106.02016.50163
Jurusan : MANAJEMEN
Judul Skripsi : PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP
: KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM
: MINERAL KEMASAN AQUA DI SURAKARTA
:
:

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta,..... Juli 2011.....

Yang membuat pernyataan,

BAUT ARI WISANTO

MOTTO

Untuk memahami hati dan pikiran seseorang,

Jangan melihat apa yang telah di raih.

Lihatlah apa yang dia lakukan untuk menggapai cita – citanya. (Kahlil Gibran)

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah

selesai dari sesuatu urusan, kerjakanlah dengan sungguh-sungguh urusan

yang lain dan hanya kepada Allah -lah kamu berharap.

(Q.S Al Nasyr 6 -8)

PERSEMBAHAN

Dengan Ridho Allah SWT, sehingga skripsi ini terselesaikan dan karya kecil ini kupersembahkan untuk :

- ✍ Ayah & Bunda tercinta, yang teramat sangat kusayangi & kuhormati, yang tiada henti-hentinya mengiringi, menghantar, serta membimbingku dengan penuh kesabaran disetiap langkahku dengan segenap doa, penuh cinta & kasih sayang yang teramat luar biasa besar dan dengan penuh harapan demi kesuksesanku.*
- ✍ Adik - adikku yang lucu - lucu*
- ✍ Temanku Inug dan teman-teman yang sering maen biliard bareng*
- ✍ Teman-teman kelas F semua*
- ✍ Anak kos Protonema*

Terima kasih atas doa & dukungannya selama ini

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian air minum mineral kemasan merek Aqua dan untuk mengetahui atribut produk mana yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian, atribut produk yang dimaksud adalah harga, merek, dan kemasan air minum mineral kemasan merek Aqua.

Sampel yang diambil sebanyak 100 orang responden yang berdomisili di kota Surakarta, pengambilan sampel menggunakan nonprobability sampling dengan accidental sampling. Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode observasi dengan alat bantu kuesioner. Dalam penelitian ini respondennya adalah mereka yang berusia 15 tahun ke atas yang pernah membeli air minum mineral kemasan merek Aqua. Kemudian data yang diperoleh diuji dengan menggunakan uji instrumen data (validitas dan reliabilitas). Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan alat analisis regresi linear berganda dengan uji t, uji F dan koefisien determinasi (R^2).sebelum dilakukan analisis data terlebih dahulu dilakukan pengujian asumsi klasik.

Berdasarkan hasil analisis data dapat disimpulkan sebagai berikut: 1) harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian; 2) merek mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian; 3) kemasan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian; 4) harga, merek, dan kemasan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian; 5) merek adalah variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian.

Kata kunci: Atribut Produk, Keputusan Pembelian

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillahirobilalamin, puji syukur penulis panjatkan atas limpahan Rahmat dan berkah dari Allah SWT, sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini tanpa hambatan yang berarti. Salam dan sholawat semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita semua umat Islam dari jaman kegelapan kejaman yang jauh lebih baik.

Tak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah dengan suka rela memberikan dukungan, doa, kesempatan, bantuan pemikiran tenaga dan fasilitas sehingga penelitian ini berjalan sebagaimana mestinya. Rasa terima kasih ini penulis sampaikan :

1. Bapak Dr. Triyono, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Drs. Agus Muqorobin, MM., selaku Kepala Progdil Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Jati Waskito, SE., MSi selaku pembimbing utama yang dengan penuh kesabaran telah memberikan saran, pengarahan, dan dukungan hingga selesainya penulisan skripsi ini.
4. Bapak, Ibu Dosen dan staf karyawan FE. UMS yang telah banyak memberi bantuannya.
5. Ibu dan Bapak yang tercinta terima kasih atas kasih sayang yang tulus, tiada kuasa kiranya ananda membalasnya.

6. Responden yang telah membantu penulis dalam mengisi kuisioner penelitian ini.

Penulis telah berupaya semaksimal mungkin dalam penyusunan skripsi ini. Namun tak ada gading yang tak retak, maka saran yang konstruktif senantiasa penulis nantikan. Mudah-mudahan skripsi ini bermanfaat bagi setiap pembaca pada umumnya.

Surakarta, Juni 2011

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAKSI.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	5
C. Batasan Masalah	5
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Pemasaran	8
1. Pengertian Pemasaran	8
2. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	8
3. Konsep Pemasaran	9

4. Strategi Pemasaran	10
B. Perilaku Konsumen.....	11
1. Pengertian Perilaku Konsumen.....	11
2. Teori-Teori Perilaku Konsumen.....	11
3. Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	12
C. Pengertian Atribut Produk	18
1. Harga	19
2. Merek	22
3. Kemasan	23
4. Kualitas Produk	23
5. Kualitas Pelayanan	24
D. Keputusan Pembelian	25
E. Hubungan Atribut Produk dengan Keputusan Pembelian	28
F. Penelitian Terdahulu	29
G. Kerangka Teori	31
H. Hipotesis	31
BAB III METODA PENELITIAN	33
A. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	33
B. Populasi, Sampel, Teknik Sampling	34
C. Jenis dan Sumber Data	35
D. Metode Pengumpulan Data	35
E. Instrumen Penelitian.....	36
F. Analisa Data	42

BAB IV	ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	47
	A. Deskripsi Responden.....	47
	B. Analisis Data	49
	1. Uji Asumsi Klasik	49
	2. Analisis Regresi Linear Berganda	51
	3. Uji t	53
	4. Uji F	56
	5. Koefisien Determinasi	57
	C. Pembahasan	58
BAB V	PENUTUP.....	60
	A. Kesimpulan	60
	B. Keterbatasan	61
	C. Saran	61

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Hasil Uji Reliabilitas	38
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas	39
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	47
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas	49
Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinearitas	50
Tabel 4.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas	51
Tabel 4.7 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Teori	31
Gambar 3.1 Kriteria dan Aturan Pengujian.....	43
Gambar 3.2 Kriteria dan Aturan Pengujian	45