

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPEDA MOTOR PADA SENTRAL YAMAHA DI
MALANG**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen

Universitas Katolik Widya Karya Malang



Disusun Oleh :

ANASTASIA UPIK

NIM : 201211002

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA KARYA MALANG

FAKULTAS EKONOMI JURUSAN MANAJEMEN

2016

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Anastasian Upik
Nim : 201211002
Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Judul : **PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR PADA
SENTRAL YAMAHA DI MALANG**

Malang ,17 Juni 2016

(Anastasia Upik)

DITERIMA DAN DISETUJUI :

Pembimbing I

Dra. Anni Yudiastuti, MP

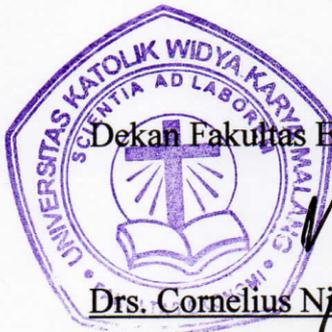
NIDN : 0701056401

Pembimbing II

Drs. Cornelius Niwadolo, MM

NIDN : 0706055302

Mengetahui :



Dekan Fakultas Ekonomi

Drs. Cornelius Niwadolo, MM

NDIN : 0706055302



Ketua Jurusan

Dra. Anni Yudiastuti, MP

NDIN : 0701056401

LEMBARAN PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul :

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPEDA MOTOR PADA SENTRAL YAMAHA DI
MALANG**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Anastasia Upik
NIM : 201211002

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Karya Malang pada tanggal 17 Juni 2016 dan telah memenuhi syarat untuk sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata satu (S1).

Disahkan oleh :

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Widya Karya Malang

Drs. Cornelius Niwadolo, MM

Dewan Penguji

1. Dra. Anni Yudiastuti, MP
NIDN : 0701056401
2. Drs. Cornelius Niwadolo, MM
NIDN : 0706055302
3. Dra. Eny Yunirianti,MM
NIDN : 0728066402





SENTRAL YAMAHA

PT. RODASAKTI SURYARAYA

Jl. Basuki Rachmad 40 - 42, Malang

Telp. (0341) 361361, 367050 Fax. (0341) 326835

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : K.Imam Wahyono. SE.MM
Jabatan : Pimpinan Sentral Yamaha
Alamat : Jl. Basuki Rahmat 40-42

Menyatakan Bahwa :

Nama : Anastasia Upik
status : Mahasiswa
Jurusan : Manajemen
Nim : 201211002

Adalah benar telah melakukan penelitian di Sentral Yamaha yang beralamat di Jl. Basuki Rahmat 40-42 Malang pada tanggal 14 - 21 April 2016, untuk menunjang Tugas Akhir (skripsi) yang berjudul “ Pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor pada Sentral Yamaha di Malang”.

Demikianlah surat keterangan ini kami buat dan kiranya dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Malang 3 September 2016

Pimpinan

K. Imam Wahyono. SE.MM



● PENJUALAN

● BENGKEL

● SUKU CADANG

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Anastasia Upik

Nim : 201211002

Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Tempat, tanggal lahir : Bandol 22 April 1994

Jenis kelamin : Perempuan

Agama : Katolik

Status : Mahasiswa

Alamat : Jl. Probolinggo No. 9 Malang

Nama orang tua (Ayah) : Alinus Oton
(Ibu) : Marsiana Anepiani

Riwayat pendidikan :

- 200-2006 : SDN 07 Bandol
- 2006-2009 : SMPN 02 Banyuke Hulu
- 2009-2012 : SMA St. Paulus Nyarumkop
- 2012-2016 : Universitas Katolik Widya Karya Malang

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Kami yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul **“PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR PADA SENTRAL YAMAHA DI MALANG”** merupakan karya asli dari:

Nama : Anastasia Upik
Nim : 201211002
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang

Dan bukan merupakan karya plagiat baik sebagian maupun seluruhnya.

Demikian pernyataan ini kami buat dengan sebenar – benarnya dan apabila terdapat kekeliruan kami bersedia menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku.

Malang, 17 Juni 2016



(Anastasia Upik)

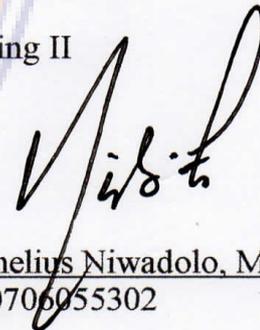
DITERIMA DAN DISETUJUI :

Pembimbing I



Dra. Anni Yudiastuti, MP
NIDN : 0701056401

Pembimbing II

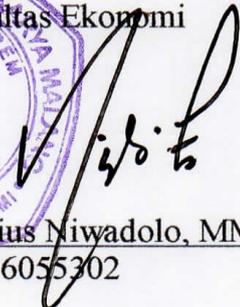


Drs. Cornelius Niwadolo, MM
NIDN : 0706055302

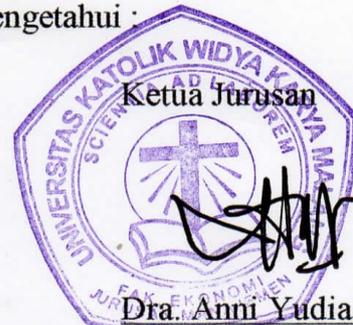
Mengetahui :



Dekan Fakultas Ekonomi



Drs. Cornelius Niwadolo, MM
NDIN : 0706055302



Ketua Jurusan



Dra. Anni Yudiastuti, MP
NDIN : 0701056401

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti hanturkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan rahmat-Nya, peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir berupa skripsi ini dengan judul “ PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR PADA SENTRAL YAMAHA DI MALANG “.

Adapun penulisan ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi Strata Satu (S1) pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Karya Malang. Pada kesempatan ini peneliti menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya pada semua pihak yang telah membantu penulisan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik. Pihak-pihak tersebut antara lain:

1. Tuhan YME, atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penyusun skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Yang terhormat Rm. Albertus Magnus H. T. O. Carm. M. A : Selaku Rektor Universitas Katolik Widya Karya Malang.
3. Yang terhormat Bapak Drs. Cornelius Niwadolo, MM : selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Karya Malang dan sebagai dosen pembimbing II yang telah memberikan petunjuk serta meluangkan waktu untuk membimbing dan menasehati peneliti sehingga terselesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Yang terhormat, Ibu Dra. Anni Yudiastuti, MP : selaku Ketua Jurusan Manajemen Ekonomi Universitas Katolik Widya Karya Malang dan sebagai dosen pembimbing I yang telah memberikan petunjuk serta meluangkan waktu untuk membimbing dan menasehati peneliti sehingga terselesaikan skripsi ini dengan baik.

5. Bapak dan Ibu Dosen selaku staf pengajar yang telah banyak memberikan bimbingan dan bekal ilmu pengetahuan yang sangat berharga selama masa studi peneliti di Universitas Katolik Widya Karya Malang .
6. Pimpinan dan seluruh staf Sentral Sepeda Motor Yamaha Di Malang yang telah membantu peneliti dalam memperlancar penelitian dengan melakukan pengambilan data.
7. Kedua orang tua peneliti yang telah selalu memberi semangat, dan selalu senantiasa memberikan doa.
8. Olivia dan Andriani selaku kakak dan teman yang selalu membantu dan memberikan semangat, motivasi, serta doa sehingga terselesaikan skripsi ini dengan baik.

Semoga Tuhan YME senantiasa memberikan berkat, anugerah dan karunia-Nya kepada semua pihak yang telah memberikan segala bantuan dan dukungan di atas tersebut. Dan segala kerendahan hati, peneliti mempersembahkan dengan harapan semoga skripsi yang telah disusun ini dapat bermanfaat serta dapat digunakan oleh pihak yang berkepentingan dengan sebagaimana mestinya.

Malang, 17 Juni 2016

Peneliti

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	I
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	li
SURAT KETERANGAN PENELITIAN	lii
SURAT KETERANGAN PLAGIAT	lv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	V
KATA PENGANTAR	Vi
DAFTAR ISI	Viii
DAFTAR TABEL	X
DAFTAR GAMBAR	Xi
DAFTAR LEMBAR	Xii
ABSTRAK.....	Xiii
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
 BAB II LANDASAN TEORI	
A. Penelitian Terdahulu	6
B. Tinjauan Pustaka	8

1. Pengertian Pemasaran	8
2. Pengertian Produk	10
3. Pengertian Atribut Produk	14
4. Pengertian Keputusan Pembelian	16
C. Kerangka Pikir	18
D. Hipotesis Penelitian	18

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	20
B. Ruang Lingkup Penelitian	20
C. Lokasi Penelitian	20
D. Populasi dan Sampel	20
E. Sumber dan Jenis Data	21
F. Definisi Operasional	22
G. Metode Pengumpulan Data	23
H. Teknik Analisis Data	24

BAB IV ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA

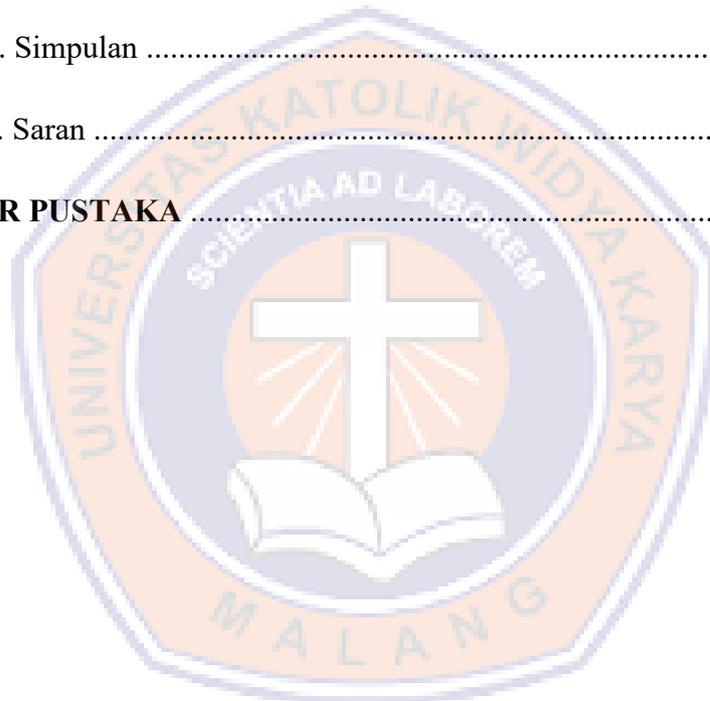
A. Gambaran Umum Perusahaan	31
B. Deskripsi Karakteristik Responden	36
C. Deskripsi Karakteristik Variabel Penelitian	40
D. Analisis Data dan Interpretasi	44

E. Uji Instrumen	44
F. Uji Asumsi Klasik	45
G. Pengujian Hipotesis	52
H. Pembahasan Hasil Penelitian	55
I. Implikasi Hasil Penelitian	57

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan	61
B. Saran	62

DAFTAR PUSTAKA	63
-----------------------------	----

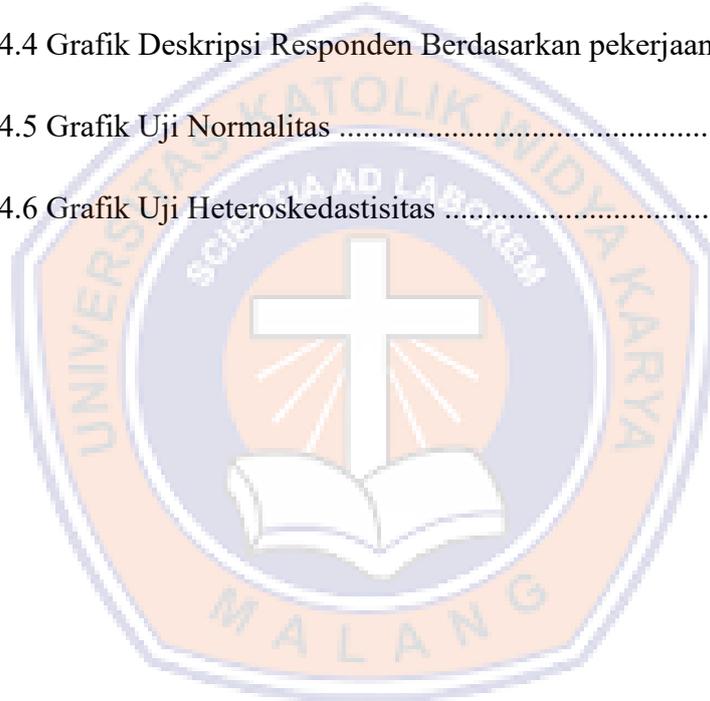


DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penyajian Data Penelitian Terdahulu	6
Tabel 3.1 Indikator Pengukuran Variabel	22
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	36
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	39
Tabel 4.4 Deskripsi Ferkuensi Variabel Kualitas Produk	40
Tabel 4.5 Deskripsi Ferkuensi Variabel Fitur	41
Tabel 4.6 Deskripsi Ferkuensi Variabel Desain	42
Tabel 4.7 Deskripsi Ferkuensi Variabel Keputusan Pembelian	43
Tabel 4.8 Uji Validitas dan Realibilitas	45
Tabel 4.9 Hasil Analisis Durbin Watson Model Summary ^b	47
Tabel 4.10 Uji Multikolinieritas	50
Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	50
Tabel 4.12 Perhitungan Sumbangan Efektif	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir	18
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Sentral Yamaha Di Malang	33
Gambar 4.2 Garfik Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	36
Gambar 4.3 Grafik Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
Gambar 4.4 Grafik Deskripsi Responden Berdasarkan pekerjaan	38
Gambar 4.5 Grafik Uji Normalitas	46
Gambar 4.6 Grafik Uji Heteroskedastisitas	49



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Data Hasil Penelitian

Lampiran 2 Output SPSS

Lampiran 3 Kuesioner



PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR PADA SENTRAL YAMAHA DI MALANG

ABSTRAK

Atribut produk merupakan unsur-unsur yang dianggap penting dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian. Unsur atribut produk terdiri dari kualitas produk, fitur, dan desain. Perusahaan akan mendapat keuntungan besar karena produknya apabila telah mempertimbangkan dengan baik ketiga unsur atribut produk tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1). signifikansi pengaruh unsur atribut produk yang terdiri dari kualitas produk (X1), fitur (X2) dan desain (X3) terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) pada Sentral Yamaha serta, 2). untuk mengetahui unsur-unsur atribut produk yang berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian terhadap sepeda motor Sentral Yamaha di Malang. Penelitian ini adalah penelitian eksplanatori. Populasi penelitian adalah semua konsumen Sentral Yamaha di Malang yang melakukan pembelian sepeda motor Yamaha. Pengambilan sampel adalah *accidental sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 40 responden. Sedangkan teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dan wawancara langsung dengan teknik analisa data dengan menggunakan regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa secara simultan (bersama-sama) unsur atribut produk (X) yang terdiri atas kualitas produk (X1), fitur (X2), dan desain (X3) berpengaruh secara signifikan (nyata) terhadap keputusan pembelian (Y) pada sepeda motor sentral Yamaha di Malang, dengan besarnya pengaruh dari variabel atribut produk (X) tersebut sebesar 68,4% dan membentuk model regresi $Y = -0.559 + 0.362 X_1 + 0.307 X_2 + 0.336 X_3$. Demikian pula secara parsial (individual) diketahui bahwa variabel (X1), fitur (X2), dan desain (X3) juga berpengaruh secara signifikan (nyata) terhadap keputusan pembelian (Y) pada sepeda motor sentral Yamaha di Malang. Unsur yang paling dominan yaitu unsur desain (X3) dengan nilai sumbangan efektif sebesar 26,70% dan mampu memberikan dampak yang positif terhadap peningkatan keputusan pembelian konsumen sentral motor Yamaha di Malang.

Kata kunci : Atribut Produk, Keputusan Pembelian

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kebutuhan masyarakat akan sarana transportasi pada saat ini sangat penting. Pilihan penggunaan sarana transportasi sangat beragam jenisnya, salah satu sarana untuk mempermudah dan mempercepat waktu tempuh adalah dengan menggunakan sepeda motor, kendaraan roda dua saat ini menjadi alat transportasi yang paling ideal bagi mayoritas masyarakat Indonesia sebab menggunakan sepeda motor sangat mudah dan cepat untuk pengguna menjangkau dari kemacetan jalan. Orientasi perusahaan di zaman modern ini tidak hanya menjual produk tetapi bagaimana membuat produk tersebut dapat sesuai dan memuaskan konsumen sehingga membuat konsumen menjadi loyal dan kembali membeli produk tersebut.

Keputusan pembelian oleh konsumen merupakan variabel penting yang harus dipantau oleh pembuat kebijakan di dalam perusahaan. Keputusan konsumen dalam pembelian akan didukung oleh ketertarikan konsumen terhadap atribut produk yang menampilkan keunggulan produk tersebut, sehingga atribut produk menjadi faktor utama dalam keputusan pembelian konsumen. Oleh sebab itu produsen perlu memahami perilaku konsumen terhadap produk atau merek yang ada di pasar, selanjutnya perlu dilakukan berbagai cara untuk membuat konsumen tertarik terhadap produk

yang dihasilkan. Pada umumnya pelanggan menginginkan produk yang memiliki karakteristik lebih cepat (*Faster*), lebih murah (*Cheaper*) dan lebih baik, sedangkan di Indonesia saat ini hanya memiliki 63 kota yang mempunyai Sentral Yamaha, termasuk Sentral Yamaha yang ada di Malang. Sepeda motor sudah menjadi alternatif masyarakat karena transportasi umum belum memadai maka jumlah penggunaan sepeda motor di Indonesia yaitu sebanyak 50 juta, angka itu didasari pada rasio perhitungan bahwa lima dari Indonesia setidaknya satu memiliki sepeda motor. Celah pertumbuhan jumlah sepeda motor masih mungkin meningkat kegunaannya bagi masyarakat dalam berkegiatan.

Atribut produk juga merupakan suatu hal penting yang perlu diperhatikan oleh perusahaan. Mengelola atribut produk dengan baik merupakan salah satu cara yang paling penting untuk menarik minat konsumen dalam keputusan pembelian produk. Atribut produk inilah yang akan membedakan antara produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan dengan produk sejenis yang akan ditawarkan perusahaan lain. Karena pentingnya atribut produk bagi konsumen, maka perlu mendapat perhatian bagi perusahaan.

Semakin banyak produsen yang menawarkan berbagai macam produk, semakin banyak konsumen memiliki pilihan yang sesuai dengan selera mereka. Agar produk yang dihasilkan oleh produsen diminati dan dimiliki oleh konsumen, maka pihak perusahaan harus memberikan nilai lebih terhadap masing-masing produknya agar lebih berkualitas dan dengan harga yang bersaing. Atribut produk mengembangkan suatu produk melibatkan

pendefinisian manfaat yang akan ditawarkan produk atau jasa tersebut. Manfaat ini dikomunikasikan dan dihantarkan oleh atribut produk seperti kualitas produk, Fitur, dan Desain. (Kotler dan Armstrong, 2006:272)

Para pemasar perlu menentukan fitur apa yang diberikan pada suatu produk sebab fitur merupakan salah satu cara untuk membedakan produk dari produk pesaing, sebab fitur dapat berpengaruh di kalangan masyarakat sehingga membuat perusahaan lebih memperhatikan fitur dengan meningkatkan kualitas yang lebih baik.

Adapun kelebihan motor Yamaha itu sendiri yaitu, mempunyai atribut produk yang kuat, tentunya Yamaha sudah memiliki atribut produk yang sangat kuat dan sudah melekat di benak masyarakat Indonesia. *Resale value* (nilai jual) yang menjanjikan, jaringan bengkel resmi dan lokal, ketersediaan *spare parts* (suku cadang) dan aksesoris yang melimpah, performa mesin yang mantap, menggunakan teknologi terbaru, teknologi fuel injeksi, serta dibekali dengan *Blue Core Technology*.

Berdasarkan uraian diatas yang menjadi pokok permasalahan adalah sejauh mana atribut produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Motor Yamaha pada masyarakat. Maka sejalan dengan latar belakang tersebut, penulis akan mengadakan penelitian yang diajukan sebagai bahan penulis skripsi dengan judul “PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR PADA SENTRAL YAMAHA DI MALANG”

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana signifikansi pengaruh atribut produk yang terdiri dari unsur-unsur kualitas Produk (X1), Fitur (X2), Desain (X3), secara simultan dan parsial terhadap keputusan pembelian sepeda Motor pada Sentral Yamaha di Kota Malang?
2. Unsur atribut produk manakah yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian konsumen sepeda motor pada Sentral Yamaha di Kota Malang?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui signifikansi pengaruh unsur atribut produk yang terdiri dari unsur-unsur kualitas Produk (X1), Fitur (X2), Desain (X3) secara simultan dan parsial terhadap keputusan pembelian sepeda Motor Sentral Yamaha di Kota Malang.
- b. Untuk mengetahui unsur-unsur atribut yang berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian sepeda motor pada Sentral Yamaha di Kota Malang.

2. Manfaat Penelitian

- a. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan informasi dan pertimbangan dalam pengambilan keputusan serta dan pemecahan masalah terutama berkaitan dengan atribut produk sepeda Motor Yamaha.

b. Bagi Peneliti

Untuk menambah wawasan dibidang pemasaran khususnya tentang pengaruh atribut produk dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian bagi konsumen.

c. Bagi Universitas

Sebagai referensi bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian di bidang pemasaran khususnya tentang atribut produk

