

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PADA CV. TIGA BINTANG FOOD MALANG**

SKRIPSI

**Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen Pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Widya Karya Malang**



**DISUSUN OLEH:
WILLY TAN
NIM : 201511041**

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA KARYA MALANG
FAKULTAS EKONOMI JURUSAN MANAJEMEN
2019**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : WILLY TAN
NIM : 201511041
Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Judul : PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA CV.
TIGA BINTANG FOOD MALANG

Malang, 24 Mei 2019

DITERIMA DAN DISETUJUI :

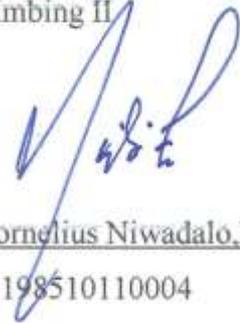
Pembimbing I



Dra. Anni Yudiastuti, M.P.

NIDN : 0701056401

Pembimbing II



Drs. Cornelius Niwadaló, M.M.

NIK : 198510110004

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi


DR. Dra. M.A.F. Suprapti, M.M.
NIDN : 0706016401

Ketua Jurusan Manajemen


Dra. Anni Yudiastuti, M.P.
NIDN : 0701056401

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul :

PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA CV. TIGA BINTANG FOOD MALANG

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : WILLY TAN

NIM : 201511041

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Karya Malang pada tanggal: 25 Mei 2019 dan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen Strata Satu (S-1).

Disahkan oleh:

Dekan Fakultas Ekonomi

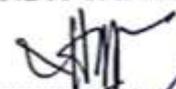
Universitas Katolik Widya Karya Malang

DR. Dra. M.A.F. Suprapti, M.M.
NIDN : 0706016401

DEWAN PENGUJI

1. Dra. Anni Yudiastuti, M.P.
NIDN : 0701056401
2. Drs. Cornelius Niwadolo, M.M.
NIK : 198510110004
3. Dra. Eny Yuniriyanti, MM.
NIDN : 0728066402

TANDA TANGAN


.....

.....

.....



CV. Tiga Bintang

Jl. Raya Randuagung no 1A Singosari - Malang

Telp & fax : (0341) 457191

SURAT KETERANGAN PENGAMATAN

SKPmt 003/19-03/TBF

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Zimmy Eko E

Jabatan : Marketing Manager

Alamat : Saptoraya rt 01 rw 07, Saptorenggo, Pakis, Kabupaten Malang

Menyatakan bahwa

Nama : Willy Tan

Status : Mahasiswa

Jurusan : Manajemen

NIM : 201511041

Adalah benar telah melakukan pengambilan data di CV Tiga Bintang Food yang beralamat di Jalan Saptoraya RT/RW 01/07, Saptorenggo, Pakis pada tanggal 18 – 23 Maret 2018, untuk menunjang Tugas Akhir yang berjudul **"Penelitian Pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di CV Tiga Bintang Food"**

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

Malang, 25 Maret 2018

Zimmy Eko E

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Keputusan Pembelian Konsumen Pada CV. Tiga Bintang Food Malang”** merupakan karya asli dari :

Nama : Willy Tan
NIM : 201511041
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang

Dan bukan karya plagiat baik sebagian maupun seluruhnya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila terdapat kekeliruan saya bersedia untuk menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku.

Malang, 25 Mei 2019



(Willy Tan)

DITERIMA DAN DISETUJUI :

Pembimbing I

Dra. Anni Yudiastuti, M.P.

NIDN : 0701056401

Pembimbing II

Drs. Cornelius Niwadolo, M.M.

NIK : 198510110004

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi

DR. Dra. M.A.F. Suprapti, M.M.
NIDN : 0706016401

Ketua Jurusan Manajemen

Dra. Anni Yudiastuti, M.P.
NIDN : 0701056401

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Willy Tan
N I M : 201511041
Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Tempat, tanggal lahir : Malang, 4 Juli 1997
Alamat : Singkep No. 9, Malang, Jawa Timur
Nama orang tua (ayah) : Agus Susanto
(Ibu) : Leely Suryaningsih
Riwayat Pendidikan :
2003 - 2009 SDK Santo Yusuf 2 Malang
2009 - 2012 SMPK Santa Maria 1 Malang
2012 - 2015 SMAK Santa Maria Malang
2015 - 2019 Universitas Katolik Widya Karya Malang

PENGANTAR

Puji Tuhan, syukur kami panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan kasihNya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA CV. TIGA BINTANG FOOD MALANG yang disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Widya Katolik Malang.

Dalam proses penyelesaian skripsi ini, tentunya penulis banyak mendapatkan bimbingan, arahan dan saran dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kepada penulis kesempatan dan kemampuan untuk menyelesaikan studi dan juga skripsi tepat pada waktunya.
2. Dra. Anni Yudiastuti, M.P selaku pembimbing I, terimakasih untuk ilmu dan juga kesabaran ibu dalam membimbing dan mengarahkan penulis, semoga ibu berbahagia dan sehat selalu,
3. Drs.Cornelius Niwadalo,MM selaku pembimbing II, terimakasih untuk ilmu dan juga kesabaran bapak dalam membimbing dan mengarahkan penulis, semoga bapak berbahagia dan sehat selalu.
4. Papa, Mama, Alvin terima kasih untuk selalu mendoakan dan menemani disegala kondisi yang penulis alami.
5. Seluruh Staff Universitas Katolik Widya Karya, yang selalu melayani para mahasiswa dengan sabar, terimakasih banyak semoga Tuhan memberkati kita selalu.
6. Seluruh Staff CV. Tiga Bintang Food yang dengan sabar dan ramah memberikan informasi kepada penulis sehingga skripsi ini bisa tersusun dengan baik.
7. Teman – teman Grup “sisa tiga manusia” yang namanya selalu berubah dan tidak terarah sesuai dengan kondisi yang ada, terimakasih ya untuk

PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

8. selalu meramaikan handphone sampai larut malam semoga kita bisa saling support dan sampai nanti bisa bersahabat dengan baik.
9. Semua pihak-pihak yang tidak saya sebutkan satu per satu yang telah banyak membantu baik secara langsung dan tidak langsung, terimakasih ya ...

Penulis menyadari masih banyak kekurangan yang disebabkan oleh kelalaian dan keterbatasan waktu yang ada, oleh karena itu penulis mohon maaf apabila terdapat banyak kekurangan dan kesalahan.



DAFTAR ISI

JUDUL	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT KETERANGAN SKRIPSI.....	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAKSI	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
1. Tujuan Penelitian	4
2. Manfaat Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Penelitian Terdahulu	6
1. Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu.....	7
B. Landasan Teori.....	7
1. Pengertian Pemasaran	7
2. Pengertian dan Karakteristik Produk	9
3. Pengertian Atribut Produk.....	12
4. Pengertian Keputusan Pembelian.....	16
C. Kerangka Pikir	17
D. Hipotesis.....	17

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	18
B. Ruang Lingkup Penelitian.....	18
C. Lokasi Penelitian.....	18
D. Populasi dan Sampel	18
1. Populasi.....	19
2. Sampel.....	19
E. Sumber dan Jenis Data	19
1. Jenis Data	19
a. Data Kualitatif.....	19
b. Data Kuantitatif.....	20
2. Sumber Data.....	20
a. Data Primer	20
b. Data Sekunder	20
F. Definisi Operasional Variabel.....	21
G. Metode Pengumpulan data.....	22
H. Teknik Analisis Data.....	22
1. Uji Instrumen	23
a. Uji Validitas	23
b. Uji Reliabilitas	23
2. Uji Asumsi Klasik.....	24
a. Uji Normalitas.....	24
b. Uji Multikolinieritas.....	25
c. Uji Heteroskedastisitas.....	25
3. Analisis Regresi Linier Berganda	26
4. Uji Hipotesis	27
a. Uji T	27
b. Uji F	28

BAB IV ANALISA DAN INTERPRETASI DATA

A. Gambaran Umum CV. Tiga Bintang Food Malang.....	30
1. Sejarah CV. Tiga Bintang Food Malang.....	30

2. Struktur Organisasi CV. Tiga Bintang Food Malang.....	30
B. Deskripsi Karakteristik Responden.....	32
1. Menurut Jenis Kelamin	32
2. Menurut Usia.....	34
3. Menurut Pekerjaan	35
C. Deskripsi Frekuensi Variabel Penelitian	37
a. Merek	37
b. Kemasan.....	38
c. Pemberian Label.....	39
d. Layanan Pelengkap	41
e. Jaminan	42
D. Uji Instrumen.....	45
1. Uji Validitas	45
2. Uji Reabilitas.....	46
E. Uji Asumsi Klasik.....	48
1. Uji Normalitas	48
2. Uji Autokorelasi	49
3. Uji Multikolonieritas	51
4. Uji Heteroskedastisitas.....	52
F. Analisis Regresi Linear Berganda.....	54
1. Uji Regresi Linear Berganda.....	54
2. Koefisien Determinasi.....	57
G, Pengujian Hipotesis	59
1. Uji F.....	59
2. Uji T	60
H. Interpretasi Data Penelitian	62
I. Implikasi Hasil Penelitian	68

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	70
B. Saran.....	71

DAFTAR PUSTAKA	73
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	31
Gambar 4.2 Diagram Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	33
Gambar 4.3 Diagram Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	35
Gambar 4.4 Diagram Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	36
Gambar 4.5 Grafik Uji Normalitas Data.....	49
Gambar 4.6 Grafik Hetroskedastisitas.....	53



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	6
Tabel 3.1 Definisi Operasional	21
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	33
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	34
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	36
Tabel 4.4 Deskripsi Frekuensi Variabel Merek (X1).....	37
Tabel 4.5 Deskripsi Frekuensi Variabel Kemasan (X2)	38
Tabel 4.6 Deskripsi Frekuensi Variabel Pemberian Label (X3).....	40
Tabel 4.7 Deskripsi Frekuensi Variabel Layanan Pelengkap(X4).....	41
Tabel 4.8 Deskripsi Frekuensi Variabel Jaminan(X5).....	42
Tabel 4.9 Deskripsi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	44
Tabel 4.10 Uji Validitas	46
Tabel 4.11 Kriteria Indeks Koefisien Realibilitas	47
Tabel 4.12 Uji Reliabilitas	47
Tabel 4.13 Uji Durbin Watson	50
Tabel 4.14 Uji Run.....	51
Tabel 4.15 Uji Multikolonieritas.....	51
Tabel 4.16 Analisis Regresi Linear Berganda.....	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Data Hasil Penelitian

Lampiran 2 Output SPSS

Lampiran 3 Kuisisioner



**Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada
CV. Tiga Bintang Food Malang**

ABSTRAKSI

Atribut produk merupakan aspek penting untuk mempertahankan konsumen agar mau membeli produk yang dijual oleh suatu perusahaan. Atribut Produk Terdiri dari 5 unsur penting seperti: merek, kemasan, pemberian label, layanan pelengkap, dan jaminan. Perusahaan akan mendapatkan *image* yang baik mata masyarakat apabila berhasil membuat atribut produk yang unik dan sesuai dengan harapan masyarakat. CV. Tiga Bintang Food Malang yang terletak di jalan Raya Randuagung no 1A, Singosari, Kabupaten Malang merupakan salah satu perusahaan makanan yang telah membuat atribut produk yang menarik dan sesuai dengan harapan masyarakat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui signifikansi pengaruh atribut produk yaitu merek(X1), kemasan (X2), pemberian label (X3), layanan pelengkap (X4) dan jaminan (X5) terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) pada CV.Tiga Bintang Food Kota Malang dan mengetahui unsur atribut produk yang dominan memengaruhi keputusan pembelian konsumen pada CV.Tiga Bintang Food Kota Malang. Jenis penelitian yang digunakan adalah *explanatory research*. Populasi dalam penelitian ini konsumen CV.Tiga Bintang Food yang datang selama periode penelitian berlangsung. Sampel penelitian yang diambil sebanyak 60 responden dengan menggunakan teknik *accidental sampling*.

Hasil penelitian menjelaskan bahwa secara simultan unsur atribut produk yang terdiri dari : merek (X1), kemasan (X2), pemberian label (X3), layanan pelengkap (X4), dan jaminan (X5) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) pada CV.Tiga Bintang Food Kota Malang dibuktikan dengan signifikansi sebesar $0.000 < \text{nilai } a = 0.05$. Dengan nilai koefisien determinasi sebesar 79,8%. Secara parsial menghasilkan signifikansi t sebesar 0.858, 0.008, 0.036, 0.081, 0.647 untuk X1, X2, X3, X4, dan X5 sehingga dapat diketahui bahwa hanya kemasan (X2) dan pemberian label (X3) yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) dan unsur atribut produk lainnya seperti merek (X1), layanan pelengkap (X4) dan jaminan (X5) berpengaruh namun tidak signifikan. Persamaan regresi yang terbentuk

$$\hat{Y} = -0.904 + 0.024 X_1 + 0.341 X_2 + 0.308 X_3 + 0.288 X_4 + 0.092 X_5$$

Unsur yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) pada CV. Tiga Bintang Food Malang adalah kemasan (X2) dimana nilai *standardized* koefisien beta terbesar dibandingkan dengan nilai unsur atribut produk lainnya yaitu (0,341)

Kata kunci : Atribut Produk, Keputusan Pembelian, Kemasan, Pemberian Label.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di zaman modern dengan persaingan yang semakin ketat seperti sekarang ini, menuntut perusahaan untuk saling berlomba meraih laba tertinggi. Banyak cara yang ditempuh baik di bidang keuangan, sumber daya manusia, dan terutama dalam bidang pemasaran.

Strategi dibidang pemasaran perlu dilakukan agar dapat mempertahankan konsumen, Para manajer pemasaran berlomba untuk memamerkan srategi-strategi pemasaran yang dapat menarik konsumen dan mempertahankan pelanggan agar tetap mengonsumsi atau memakai produk yang mereka produksi. Tanpa kegiatan pemasaran atau yang lebih dikenal dengan kegiatan promosi, produk/jasa perusahaan tentu tidak akan dikenal oleh masyarakat luas.

Secara umum kegiatan pemasaran bertujuan untuk mengenalkan produk/jasa perusahaan kepada masyarakat luas. Sebagai perusahaan yang telah maju, tentulah kegiatan pemasaran tidak hanya terpaku pada pengenalan produk saja. Tetapi produk yang dihasilkan perusahaan harus memiliki kualitas yang jauh berbeda dengan kualitas para pesaing, salah satunya dengan memberikan ciri khusus yang nantinya akan menjadi keunggulan perusahaan tersebut. Dari segi pemasaran, hal ini dapat dilakukan dengan mengoptimalkan atribut produk/jasa perusahaan.

Tjiptono (2011:105) menegaskan bahwa atribut produk merupakan unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian. Atribut produk meliputi merek, kemasan, jaminan (garansi), pelayanan (layanan pelengkap) dan sebagainya. Atribut produk ini diberikan kepada konsumen dengan tujuan konsumen dapat tertarik pada produk jasa yang perusahaan hasilkan. Selain itu, tujuan utama dari kegiatan ini adalah konsumen akan mendapatkan kepuasan tersendiri setelah memakai produk/jasa perusahaan. Atribut produk juga dapat menjadi dasar pengambilan keputusan pembelian konsumen

Sumarwan (2004:547) dalam Sciffiman dan Kanuk (2010) menegaskan bahwa keputusan pembelian adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian Berdasarkan definisi di atas maka pengertian keputusan pembelian adalah niat yang didasari dengan kemauan dan kerelaan untuk membeli suatu barang atau produk diinginkan.

CV. Tiga Bintang merupakan salah satu perusahaan makanan di kota Malang yang juga mempunyai banyak pesaing yang tidak mau kalah dalam hal menawarkan produk perusahaan. Dalam perjalanannya, tentu *CV. Tiga Bintang* ingin konsumennya semakin loyal dengan produk yang ditawarkannya yakni shanghai ikan mujair. Dengan mengetahui pentingnya atribut produk yang dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen, maka *CV. Tiga Bintang* juga berkeinginan untuk dapat mengetahui apakah yang perlu diperbaiki dalam pemasarannya saat ini, dalam perbaikan kualitas maupun kuantitas. Penelitian ini dilakukan agar

CV. Tiga Bintang dapat terus memberikan kepuasan pelanggan yang optimal dan membawa pelanggan dalam loyalitas yang tinggi sehingga *CV. Tiga Bintang* dapat terus eksis di bidangnya.

Berdasarkan pemikiran dan uraian diatas maka penelitian ini dilaksanakan untuk menganalisis atribut produk pada *CV. Tiga Bintang* agar dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk memengaruhi keputusan pembelian yang akan dituangkan dengan judul “Pengaruh atribut produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada *CV. TIGA BINTANG* Malang”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimanakah signifikansi pengaruh unsur atribut produk yang terdiri dari unsur-unsur: merek (X1), kemasan (X2), pemberian label (X3), layanan pelengkap (X4) dan jaminan (X5) terhadap keputusan pembelian konsumen pada *CV. Tiga Bintang Food Malang* secara simultan dan parsial?
2. Unsur atribut produk manakah yang mempunyai pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian Konsumen pada *CV. Tiga Bintang Food Malang*?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Mengetahui signifikansi pengaruh unsur atribut produk yang terdiri dari merek (X1), kemasan (X2), pemberian label (X3), layanan pelengkap (X4) dan jaminan (X5) terhadap keputusan pembelian konsumen pada *CV. Tiga Bintang* Malang secara simultan dan parsial.
- b. Mengetahui unsur atribut produk yang mempunyai pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian Konsumen pada *CV. Tiga Bintang* Malang.

2. Manfaat penelitian

a. Bagi Peneliti

Memberikan pengetahuan khususnya tentang pentingnya pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian konsumen CV. Tiga Bintang Malang serta untuk mengembangkan dan menerapkan ilmu pengetahuan khususnya di bidang pemasaran ke dalam dunia praktek yang sesungguhnya.

b. Bagi Perusahaan

Memberikan manfaat bagi pihak manajemen *CV. Tiga Bintang* Malang sebagai bahan informasi bagi perusahaan untuk mengelola perusahaan secara efektif dan efisien serta sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan atribut produk dan keputusan pembelian lainnya.

c. Bagi Universitas

Memberikan arahan dan tambahan referensi bagi kalangan akademisi untuk keperluan studi dan penelitian di bidang pemasaran khususnya tentang atribut produk

