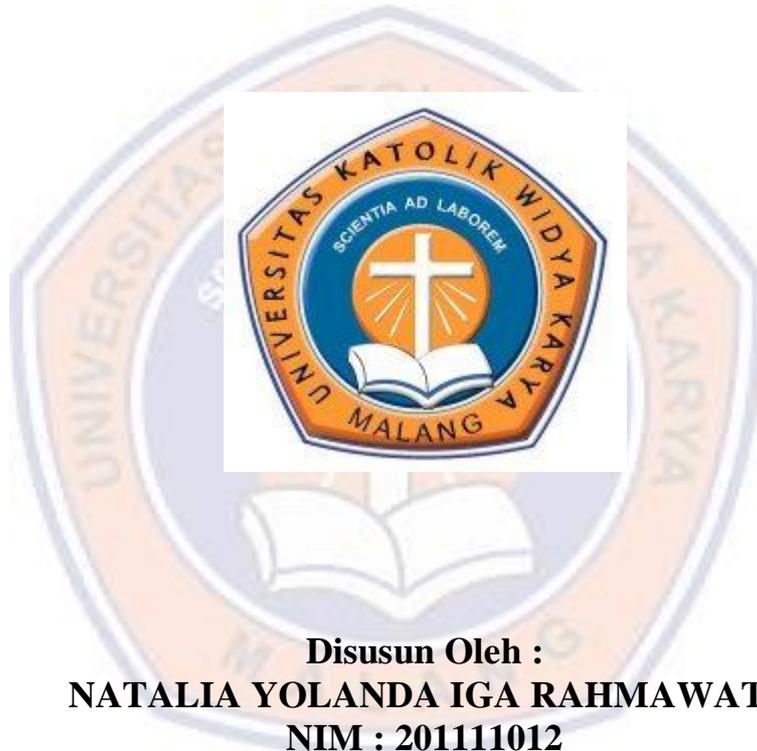


**PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN KONSUMEN PADA TOKO KUE PIA  
CAP MANGKOK MALANG**

**SKRIPSI**

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



**Disusun Oleh :  
NATALIA YOLANDA IGA RAHMAWATI  
NIM : 201111012**

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA KARYA MALANG  
FAKULTAS EKONOMI JURUSAN MANAJEMEN  
2015**

## TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Natalia Yolanda Iga Rahmawati  
NIM : 201111012  
Universitas : Univeritas Katolik Widya Karya Malang  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Manajemen  
Judul : **PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN TOKO KUE PIA  
CAP MANGKOK MALANG**

Malang, 28 Mei 2015



(Natalia Yolanda I.R)

DITERIMA DAN DISETUJUI :

Pembimbing I



Dra. Anni Yudiastuti, MP

NIDN : 0701056401

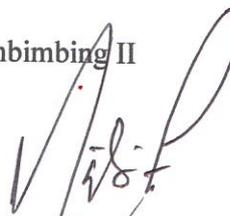


Dekan Fakultas Ekonomi

Drs. Cornelius Niwadolo, MM

NIDN : 0706055302

Pembimbing II



Drs. Cornelius Niwadolo, MM

NIDN : 0706055302



Ketua Jurusan Manajemen

Dra. Anni Yudiastuti, MP

NIDN : 0701056401

Mengetahui :

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul :

### **PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA TOKO KUE PIA CAP MANGKOK MALANG**

yang dipersiapkan dan disusun oleh :

nama : Natalia Yolanda Iga Rahmawati

NIM : 201111012

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Karya Malang pada tanggal 28 Mei 2015 dan telah memenuhi syarat untuk diterima 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. Dewi Ratih, SE, MSM  
NIDN : 0704078107





**PIA Cap MANGKOK**  
Ruko Grand Soekarno Hatta Kav. 16 - 17  
Jl. Soekarno Hata - Malang  
Telp. (0341) 2996490

**SURAT KETERANGAN PENGAMATAN**  
SPK.001/15.04-PCM/SHT

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Vicky Setiawan  
Jabatan. : Direktur Pia Cap Mangkok Soekarno Hatta  
Alamat. : Jl, Soekarno Hatta kav 16-17

Menyatakan bahwa :

Nama : Natalia Yolanda Iga Rahmawati  
Status : Mahasiswa  
Jurusan : Manajemen  
NIM : 201111012

Adalah benar telah melakukan pengambilan data di Toko Pia Cap Mangkok yang beralamat di Ruko Grand Soekarno Hatta Kav 16-17 Malang pada tanggal 14 – 17 Maret 2015, untuk menunjang Tugas Akhir (skripsi) yang berjudul '**Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Kue Pia Cap Mangkok Malang**'.

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

Malang, 24 April 2015

Direktur

Vicky Setiawan

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Kami yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul **“PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN TOKO KUE PIA CAP MANGKOK MALANG”** merupakan karya asli dari :

nama : Natalia Yolanda Iga Rahmawati  
NIM : 201111012  
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, 28 Mei 2015



(Natalia Yolanda I.R.)

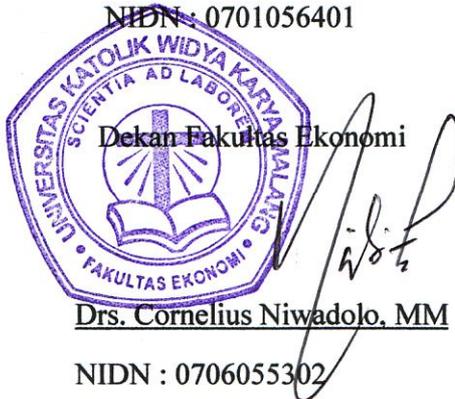
### DITERIMA DAN DISETUJUI :

Pembimbing I



Dra. Anni Yudiastuti, MP

NIDN : 0701056401



Dekan Fakultas Ekonomi

Drs. Cornelius Niwadolo, MM

NIDN : 0706055302

Pembimbing II.



Drs. Cornelius Niwadolo, MM

NIDN : 0706055302

Mengetahui :



Ketua Jurusan Manajemen

Dra. Anni Yudiastuti, MP

NIDN : 0701056401

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

Nama : Natalia Yolanda Iga Rahmawati  
NIM : 201111012  
Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Manajemen  
Tempat, tanggal lahir : Malang, 12 Januari 1993  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Katolik  
Status : WNI  
Alamat : Jalan Simpang Piranha Atas 6B Malang  
Nama orang tua (ayah) : Timotius Susmiari  
(ibu) : Margaretha Antini Leni Ernawati  
Riwayat pendidikan :  
• 1997 – 1999 : TKK Kolese Santo Yusup III Malang  
• 1999 – 2005 : SDK Kolese Santo Yusup III Malang  
• 2005 – 2008 : SMPK Kolese Santo Yusup II Malang  
• 2008 – 2011 : SMAK Kolese Santo Yusup Malang  
• 2011 – 2015 : Universitas Katolik Widya Karya Malang

## KATA PENGANTAR

Puji dan suyukur peneliti haturkan 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 KONSUMEN PADA TOKO KUE PIA CAP MANGKOK 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 penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Yang terhormat Rm. Albertus Magnus H. T. N., 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 sangat 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 sangat baik.
5. Bapak dan Ibu Dosen selaku staf pengajar yang telah banyak memberikan bimbingan dan bekal ilmu pengetahuan yang berharga selama masa studi peneliti di Universitas Katolik Widya Karya Malang.

## PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

6. Pimpinan, Humas dan seluruh staf Toko Kue Pia Cap Mangkok yang telah membantu peneliti dalam memperlancar penelitian dengan melakukan pengambilan data.
7. Kedua orang peneliti yang telah memberi semangat, dan selalu senantiasa memberikan doa.
8. Paschalis Eka Putra Utama dan saudara-saudariku OMK Santo Albertus de Trapani Malang yang setia memberikan semangat, motivasi, dan 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 tersebut di atas. Dan segala kerendahan hati, peneliti mempersembahkan skripsi ini kepada semua pihak yang berkepentingan dengan harapan semoga skripsi yang telah disusun ini dapat bermanfaat, menambah wawasan serta dapat digunakan oleh seluruh pihak yang berkepentingan dengan sebagaimana mestinya.

Malang, 28 Mei 2015

Peneliti

**DAFTAR ISI**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....	ii
SURAT KETERANGAN PENELITIAN .....	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT .....	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	Xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	3
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Penelitian Terdahulu.....	6
B. Tinjauan Teori	
1. Pengertian Pemasaran .....	9
2. Pengertian Produk.....	10
3. Pengertian Atribut Produk.....	13
4. Pengertian Keputusan Pembelian .....	16
C. Kerangka Pikir.....	17
D. Hipotesis Penelitian.....	18
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis Penelitian.....	19
B. Ruang Lingkup Penelitian.....	19
C. Lokasi Penelitian.....	19

D. Populasi dan Sampel.....	19
E. Sumber dan Jenis Data .....	20
F. Definisi Operasional.....	21
G. Metode Pengumpulan Data.....	23
H. Teknik Analisis Data.....	24
<b>BAB IV ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA</b>	
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	31
B. Uji Instrumen.....	35
C. Uji Asumsi Klasik.....	38
D. Deskripsi Karakteristik Responden.....	44
E. Deskripsi Frekuensi Variabel Penelitian .....	48
F. Pengujian Hipotesis .....	55
E. Interpretasi Data Penelitian .....	65
F. Implikas Hasil Penelitian .....	71
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Simpulan.....	75
B. Saran.....	76
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>77</b>

**DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1	Penyajian Data Penelitian Terdahulu.....	6
Tabel 3.1	Indikator Pengukuran Variabel.....	22
Tabel 4.1	Uji Validitas.....	36
Tabel 4.2	Kriteria Indeks Koefisien Realibilitas.....	37
Tabel 4.3	Uji Reliabilitas.....	37
Tabel 4.4	Hasil Analisis <i>Durbin Watson</i> Model Summary <sup>b</sup> .....	41
Tabel 4.5	Uji Multikolinieritas.....	42
Tabel 4.6	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
Tabel 4.7	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	45
Tabel 4.8	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	47
Tabel 4.9	Deskripsi Frekuensi Variabel Merek (X1).....	48
Tabel 4.10	Deskripsi Frekuensi Variabel Kemasan (X2).....	49
Tabel 4.11	Deskripsi Frekuensi Variabel Pemberian Label (X3).....	50
Tabel 4.12	Deskripsi Frekuensi Variabel Layanan Pelengkap (X4).....	51
Tabel 4.13	Deskripsi Frekuensi Variabel Jaminan (X5).....	53
Tabel 4.14	Deskripsi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	54
Tabel 4.15	Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	55
Tabel 4.16	Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	39
Tabel 4.17	Perhitungan Sumbangan Efektif.....	60
Tabel 4.18	Hasil Uji F.....	62
Tabel 4.19	Hasil Uji t ( <i>t-test</i> ).....	63

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	17
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Toko Kue Pia Cap Mangkok Soekarno Hatta .....	32
Gambar 4.2 Grafik Uji Normalitas .....	39
Gambar 4.3 Grafik <i>Scatterplot</i> .....	43
Gambar 4.4 Grafik Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin....	45
Gambar 4.5 Grafik Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	46
Gambar 4.6 Grafik Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	48



**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Data Hasil Penelitian

Lampiran 2 Output SPSS

Lampiran 3 Kuesioner



**PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN KONSUMEN PADA TOKO KUE PIA CAP MANGKOK  
MALANG**

**ABSTRAK**

Atribut produk merupakan unsur-unsur yang dianggap penting dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian. Atribut produk terdiri dari merek, kemasan, pemberian label, layanan pelengkap dan jaminan. Perusahaan akan mendapat keuntungan besar karena produknya apabila telah mempertimbangkan dengan baik kelima unsur atribut produk tersebut. Toko Kue Pia Cap Mangkok Malang khususnya yang terletak di Jalan Soekarno Hatta ini merupakan salah satu perusahaan dalam bidang makanan yang telah menyadari pentingnya atribut produk dan telah menjalankan dengan baik atribut produk yang dimilikinya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui signifikansi pengaruh unsur atribut produk yang terdiri dari merek ( $X_1$ ), kemasan ( $X_2$ ), pemberian label ( $X_3$ ), layanan pelengkap ( $X_4$ ) dan jaminan ( $X_5$ ) terhadap keputusan pembelian konsumen ( $Y$ ) terhadap Toko Kue Pia Cap Mangkok serta untuk mengetahui unsur-unsur atribut produk yang berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap Toko Kue Pia Cap Mangkok Malang.

Berdasarkan rumusan dan tujuan masalah, maka jenis penelitian ini adalah penelitian eksplanatori. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen Toko Kue Pia Cap Mangkok Malang yang melakukan pembelian pia yang jumlahnya tidak dapat diketahui secara pasti. Oleh karena itu teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 60 responden. Sedangkan teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dan wawancara langsung dengan teknik analisa data yang menggunakan uji instrumen (uji validitas dan uji reliabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas, uji autokorelasi, uji multikolinieritas, dan uji heterokedastisitas), dan uji hipotesis (uji regresi linier berganda, koefisien determinasi, sumbangan efektif, uji F dan uji t).

Hasil analisis dari penelitian ini yaitu didapatkan pengaruh yang signifikan secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian konsumen Toko Kue Pia Cap Mangkok Malang dengan unsur/variabel yang paling berpengaruh secara dominan yaitu unsur/variabel kemasan ( $X_2$ ) yang mampu memberikan dampak positif terhadap keputusan pembelian konsumen Toko Kue Pia Cap Mangkok Malang.

Kata kunci : Atribut Produk, Keputusan Pembelian

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

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, terutama dalam bidang pemasaran, khususnya dalam pengembangan atribut produk. Para manajer pemasaran berlomba untuk memamerkan strategi-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.

Kotler (2008:272) mengemukakan bahwa “pengembangan suatu produk atau jasa yang melibatkan pendefinisian manfaat yang akan ditawarkan produk atau jasa tersebut, dimana manfaat ini dikomunikasikan dan

dihantarkan oleh atribut produk seperti kualitas, fitur, serta gaya dan desain.” Sedangkan Tjiptono (2008:103) berpendapat bahwa “atribut produk adalah unsur-unsur produk yang dianggap penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian.”

Merek, kemasan, pemberian label, layanan pelengkap serta jaminan merupakan bagian dari atribut produk. 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.

Toko Kue Pia Cap Mangkok 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 Toko Kue Pia Cap Mangkok ingin konsumennya semakin loyal dengan produk yang ditawarkannya. Dengan mengetahui pentingnya atribut produk yang dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen, maka Toko Kue Pia Cap Mangkok juga berkeinginan untuk dapat mengetahui apakah yang perlu diperbaiki dalam pemasarannya selama ini, dalam perbaikan kualitas maupun kuantitas. Penelitian ini dilakukan agar Toko Kue Pia Cap Mangkok dapat terus memberikan kepuasan pelanggan yang optimal dan membawa pelanggan dalam loyalitas yang tinggi sehingga Toko Kue Pia Cap Mangkok dapat terus eksis di bidangnya.

Berdasarkan pemikiran dan uraian diatas maka penelitian kali ini mengangkat masalah ini sebagai bahan pertimbangan yang akan dituangkan

pada skripsi, dimana penulis akan fokus membahas tentang atribut produk dan keputusan pembelian, dengan judul **“Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Kue Pia Cap Mangkok”**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, kita dapat merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimanakah signifikansi pengaruh atribut produk yang terdiri dari merek (X<sub>1</sub>), kemasan (X<sub>2</sub>), pemberian label (X<sub>3</sub>), layanan pelengkap (X<sub>4</sub>) dan jaminan (X<sub>5</sub>) terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Kue Pia Cap Mangkok Malang ?
2. Unsur atribut produk manakah yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Kue Pia Cap Mangkok Malang ?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

- a. Untuk mengetahui signifikansi pengaruh unsur atribut produk yang terdiri dari merek (X<sub>1</sub>), kemasan (X<sub>2</sub>), pemberian label (X<sub>3</sub>), layanan pelengkap (X<sub>4</sub>) dan jaminan (X<sub>5</sub>) terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap Toko Kue Pia Cap Mangkok Malang.

- b. Untuk mengetahui unsur-unsur atribut produk yang berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap Toko Kue Pia Cap Mangkok Malang.

## 2. Manfaat Penelitian

### a. Bagi Peneliti

Memberikan pengetahuan khususnya tentang pentingnya pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko kue Pia Cap Mangkok 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 Pia Cap Mangkok 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.

d. Bagi pihak lain

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi bahan referensi bagi mereka yang mengadakan penelitian yang berkaitan dengan bidang pemasaran khususnya tentang atribut produk.

