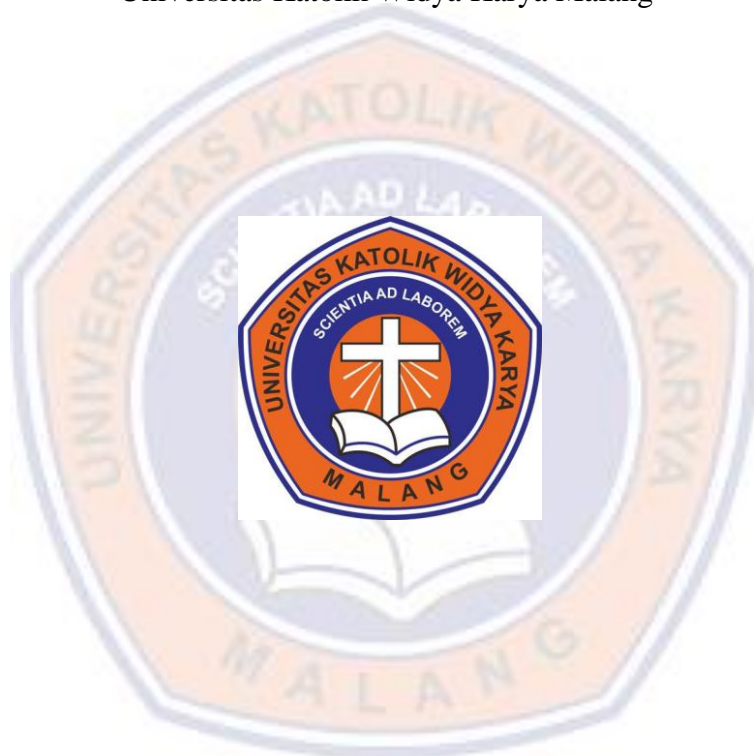


PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

PENGARUH ATRIBUT PRODUK DAN *POSITIONING* PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
PADA PT. JAYA AGUNG MAKMUR MALANG

SKRIPSI

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



DISUSUN OLEH :
ALVIN TAN
NIM : 201611003

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA KARYA MALANG
FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN
2020

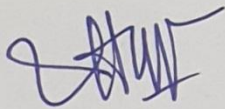
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : ALVIN TAN
NIM : 201611003
Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Judul : PENGARUH ATRIBUT PRODUK DAN *POSITIONING*
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN PADA PT. JAYA AGUNG MAKMUR
MALANG

Malang, 2 Mei 2020

DITERIMA DAN DISETUJUI :

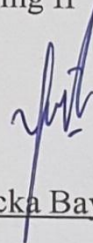
Pembimbing I



Dra. Anni Yudiastuti, M.P.

NIDN : 0701056401

Pembimbing II



Jovita Vicka Bayu.W, S.Pd, M.SM.

NIDN : 0724018601

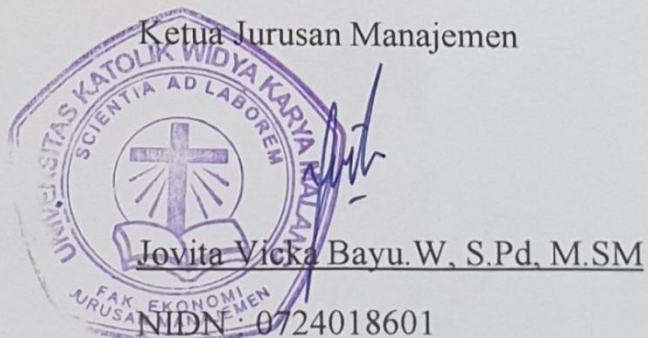
Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi



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

Ketua Jurusan Manajemen



Jovita Vicka Bayu.W, S.Pd, M.SM.
NIDN : 0724018601

Halaman Pengesahan

Skripsi yang berjudul :

PENGARUH ATRIBUT PRODUK DAN *POSITIONING* PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PT. JAYA AGUNG MAKMUR MALANG

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Alvin Tan

NIM : 201611003

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Karya Malang pada tanggal: 2 Mei 2020 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



Dra. Anni Yudiastuti, M.P.

NIDN : 0701056401

DEWAN PENGUJI

1. Dra. Anni Yudiastuti, M.P.
NIDN : 0701056401
2. Jovita Vicka Bayu.W, S.Pd, M.SM.
NIDN : 0724018601
3. Drs.Cornelius Niwadolo, M.M.
NIDK : 8887223419

Tanda Tangan

.....
.....
.....

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sri Rejeki
Jabatan : Pemilik Toko
Alamat : Jalan Kyai Tamin no 43, Malang

Dengan ini menerangkan bahwa Mahasiswa yang beridentitas:

Nama : Alvin Tan
NIK : 201611003
Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang

Telah selesai melakukan penelitian ditempat kami Toko Sumber Rasa di Jalan Kyai Tamin no 43, Malang pada tanggal 21 Februari 2020 untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi penelitian yang berjudul: **“PENGARUH ATRIBUT PRODUK DAN POSITIONING PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PT. JAYA AGUNG MAKMUR MALANG”**

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sepenuhnya.

Malang, 21 Februari 2020

Pemilik Toko

Sri Rejeki

TOKO SUMBER RASA
KIDUL PASAR 43 MALANG
JUAL MACAM - MACAM CAMILAN, DLL

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurwandi Purnomo
Jabatan : Pemilik Toko
Alamat : Jalan Wiromargo no 46, Malang

Dengan ini menerangkan bahwa Mahasiswa yang beridentitas:

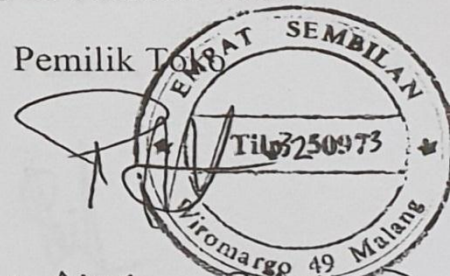
Nama : Alvin Tan
NIK : 201611003
Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang

Telah selesai melakukan penelitian ditempat kami Toko 49 di Jalan Wiromargo no 46, Malang pada tanggal 23 Februari 2020 untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi penelitian yang berjudul: **“PENGARUH ATRIBUT PRODUK DAN POSITIONING PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PT. JAYA AGUNG MAKMUR MALANG”**

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sepenuhnya.

Malang, 23 Februari 2020

Pemilik Toko



(NURWANDI PURNOMO)

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Moch. Syaiful Arief

Jabatan : Pemilik Toko

Alamat : Jalan Kapri Sraba IV, Malang

Dengan ini menerangkan bahwa Mahasiswa yang beridentitas:

Nama : Alvin Tan

NIK : 201611003


Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang

Telah selesai melakukan penelitian ditempat kami Toko Aisyah di Jalan Jalan Kapri Sraba IV, Malang pada tanggal 23 Februari 2020 untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi penelitian yang berjudul: **“PENGARUH ATRIBUT PRODUK DAN POSITIONING PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PT. JAYA AGUNG MAKMUR MALANG”**

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sepenuhnya.

Malang, 23 Februari 2020

Pemilik Toko


(Moch. Syaiful Arief)

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menerangkan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul "**Pengaruh Atribut Produk dan Positioning Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT. Jaya Agung Makmur Malang**" merupakan karya dari :

Nama : Alvin Tan
NIM : 201611003
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang

Dan bukan karya plagiat baik sebagian maupun keseluruhannya.

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

Malang, 2 Mei 2020



DITERIMA DAN DISEKUIJUI :

Pembimbing I

Dra. Anni Yudiastuti, M.P.

NIDN : 0701056401

Pembimbing II

Jovita Vicka Bayu, W., S.Pd., MSM

NIDN : 0724018601

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi

Dra. Anni Yudiastuti, M.P.

NIDN : 0701056401

Ketua Jurusan Manajemen

Jovita Vicka Bayu, W., S.Pd., MSM

NIDN : 0724018601

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Alvin Tan
NIM : 201611003
Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Tempat, tanggal lahir : Malang, 24 Agustus 1998
Alamat : Jalan Singkep no. 9, Malang, Jawa Timur
Nama orang tua (ayah) : Agus Susanto
(ibu) : Leely Suryaningsih
Riwayat pendidikan
2004-2005 SD Kristen Kalam Kudus Malang
2005-2010 SD Katolik Santo Yusup II Malang
2010-2013 SMP Katolik Santa Maria I Malang
2013-2016 SMA Katolik Santa Maria Malang
2016-2020 Universitas Katolik Widya Karya Malang

PENGANTAR

Kami panjatkan puji syukur kami ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan hidayah-Nya dan memberi penulis kesempatan dalam menyelesaikan skripsi yang penulis buat ini.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan sarjana strata satu bagi para Mahasiswa dari Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Karya Malang.

Dikesempatan ini, Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberi dukungan moral dan juga bimbingannya pada penulis terkait penulisan skripsi yang berjudul “PENGARUH ATRIBUT PRODUK DAN *POSITIONING* PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PT. JAYA AGUNG MAKMUR MALANG”. Penulis ucapkan terima kasi yang di tujukan kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi penulis kesempatan dan kekuatan serta kemampuan untuk menyelesaikan studi dan skripsi.
2. Fr.Dr. Klemens Mere, S.E., M.Pd., M.M., M.H., M.A.P., BHK, terima kasih atas ilmu, waktu dan pengalaman hidup yang diberikan kepada penulis. Semoga berkah dan rahmat Tuhan selalu menyertai beliau.
3. Dra. Anni Yudiastuti, M.P. selaku pembimbing I, terima kasih untuk ilmu, waktu dan kesabaran ibu dalam membimbing dan memberi arahan kepada penulis. Semoga berkah dan rahmat Tuhan selalu menyertai ibu.
4. Jovita Vicka Bayu.W, S.Pd, M.SM. selaku pembimbing II, terima kasih untuk ilmu, waktu dan kesabaran ibu dalam membimbing dan memberi

PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

arahan kepada penulis. Semoga berkah dan rahmat Tuhan selalu menyertai ibu.

5. Drs.Cornelius Niwadolo, M.M. Selaku dosen penguji penulis ucapkan terima kasih atas ilmu,waktu dan kesabaran bapak selama ini dalam membimbing penulis hingga saat ini. Semoga berkah dan rahmat Tuhan selalu menyertai bapak.
6. Ayah, ibu dan kakak saya terima kasih untuk selalu mendukung penulis dalam menyelesaikan studi hingga selesai.
7. Seluruh staf Universitas Katolik Widya Karya, terima kasih atas keramahan dalam melayani kebutuhan para mahasiswa dan yang diberikan kepada penulis.
8. Hurip Agus Sutanto selaku staff penjualan di PT. Jaya Agung Makmur penulis ucapkan terima kasih atas kesediaan waktu yang diberikan untuk melakukan wawancara.
9. Teman-teman grup “anak ayam” terima kasih atas dukungan kalian dari semester tiga hingga saat ini baik dalam meminjamkan pena, meberi kertas untuk mencatat dan serta dukungan kalian semua terhadap penulis baik suka maupun duka. Semoga kita bisa berteman hingga nanti.
10. Bagi pihak yang belum ditulis oleh penulis, terima kasih atas dukungan yang diberikan untuk penulis.

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.....	xv
ABSTRAKSI.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	4
1. Tujuan Penelitian.....	4
2. Manfaat Penelitian.....	4
BAB II LANDASAN TEORI.....	6
A. Penelitian terdahulu.....	6
1. Persamaan dengan penelitian terdahulu.....	8
2. Perbedaan dengan penelitian terdahulu.....	9
B. Kajian Pustaka.....	10
1. Pengertian Pemasaran.....	10
2. Pengertian Produk.....	11
3. Pengertian Atribut Produk.....	14

4. Pengertian <i>Positioning</i>	17
5. Pengertian Keputusan Pembelian.....	19
C. Kerangka Pikir	23
D. Hipotesis	23
BAB III METODE PENELITIAN	24
A. Jenis Penelitian.....	24
B. Ruang Lingkup Penelitian.....	24
C. Lokasi Penelitian.....	24
D. Populasi dan sampel.....	25
E. Jenis dan Sumber Data.....	26
1. Jenis Data	26
2. Sumber Data.....	27
F. Definisi Operasional	28
G. Teknik Pengumpulan Data.....	32
H. Teknik Analisis Data.....	33
1. Uji Instrumen	33
a. Uji Validitas	33
b. Uji Reliabilitas	34
2. Uji Asumsi Klasik.....	34
a. Uji Normalitas.....	34
b. Uji Multikolinieritas.....	35
c. Uji Heteroskedastisitas	36
3. Analisis Regresi Berganda	36
4. Uji Hipotesis	37
a. Uji T	37
b. Uji F	39
BAB IV ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA	40
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	40
1. Sejarah PT. Jaya Agung Makmur Malang.....	40
2. Struktur Organisasi Perusahaan	40
B. Deskripsi Karakteristik Responden.....	43

1. Menurut Jenis Kelamin	43
2. Menurut Usia	44
3. Menurut Pekerjaan	45
C. Deskripsi Frekuensi Variabel Penelitian.....	47
1. Variabel X.1 Atribut Produk.....	47
2. Variabel X.2 <i>Positioning</i> Produk.....	56
3. Variabel Keputusan Pembelian Konsumen	65
D. Uji Instrumen	67
1. Uji Validitas	67
2. Uji Reliabilitas	69
3. Analisis Regresi Linear Berganda.....	70
a. Uji Normalitas.....	70
b. Uji Multikolinieritas.....	71
c. Uji Heteroskedastisitas.....	72
d. Koefisien Determinasi	74
E. Uji Hipotesis	75
1. Uji Simultan	75
2. Uji Parsial.....	75
F. Implikasi Hasil Penelitian	78
BAB V PENUTUP.....	79
A. Kesimpulan	79
B. Saran	80
DAFTAR PUSTAKA.....	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Struktur organisasi	41
Gambar 4.2 Diagram Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
Gambar 4.3 Diagram Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	45
Gambar 4.4 Diagram Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	46
Gambar 4.5 Normal P-Plot of Regression Standardized Residual.....	70
Gambar 4.6 Heteroskedastisitas melalui <i>Scatter Plot</i>	73



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	6
Tabel 3.1 Definisi Operasional	28
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	44
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	46
Tabel 4.4 Deskripsi Frekuensi Variabel Kualitas Produk (X1.1)	47
Tabel 4.5 Deskripsi Frekuensi Variabel Fitur Produk (X1.2).....	48
Tabel 4.6 Deskripsi Frekuensi Variabel Gaya dan Desain Produk (X1.3)	50
Tabel 4.7 Deskripsi Frekuensi Variabel Merek Produk (X1.4)	51
Tabel 4.8 Deskripsi Frekuensi Variabel Kemasan Produk (X1.5).....	52
Tabel 4.9 Deskripsi Frekuensi Variabel Label Produk (X1.6)	53
Tabel 4.10 Deskripsi Frekuensi Variabel Pelay. Penduk. Produk (X1.7).....	55
Tabel 4.11 Deskripsi Frekuensi Variabel Atribut Produk (X2.1)	56
Tabel 4.12 Deskripsi Frekuensi Variabel Harga/Kualitas (X2.2).....	58
Tabel 4.13 Deskripsi Frekuensi Variabel Penggunaan atau aplikasi (X2.3) ...	59
Tabel 4.14 Deskripsi Frekuensi Variabel Pengguna Produk (X2.4).....	60
Tabel 4.15 Deskripsi Frekuensi Variabel Kelas Produk (X2.5)	61
Tabel 4.16 Deskripsi Frekuensi Variabel Berdasarkan Pesaing (X2.6).....	63
Tabel 4.17 Deskripsi Frekuensi Variabel Berdasarkan Manfaat (X2.7).....	64
Tabel 4.18 Deskripsi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	65
Tabel 4.19 Uji Validitas Instrumen.....	69
Tabel 4.20 Uji Reliabilitas Instrumen	69
Tabel 4.21 Uji Normalitas	71

PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

Tabel 4.22 VIF and Tolarance.....	72
Tabel 4.23 Estimasi Model Regresi	74
Tabel 4.24 Hasil Uji F	75
Tabel 4.25 Hasil Uji t.....	76



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Tabulasi data

Lampiran 3 Uji Instrumen

Lampiran 4 Analisis Regresi Linier Berganda



Pengaruh Atribut Produk dan *Positioning* Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT. Jaya Agung Makmur Malang
ABSTRAKSI

Atribut produk dan *positioning* produk merupakan aspek yang penting dalam melakukan pemasaran agar produk yang dipasarkan oleh perusahaan tidak kalah bersaing di pasar. Perusahaan yang memiliki citra baik di mata konsumen dikarenakan memiliki atribut produk yang unik dan juga memiliki cara tersendiri untuk melakukan *positioning* produk mereka. PT. Jaya Agung Makmur Malang melalui produknya yakni “Sari Jahe Keraton” telah membuat atribut produk yang unik dan juga memiliki cara tersendiri dalam melakukan *positioning* produk.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) signifikansi pengaruh dari atribut produk (X1) dan *positioning* produk (X2) terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) pada PT. Jaya Agung Makmur Malang dan 2) mengetahui manakah antara atribut produk dan *positioning* produk yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian pada PT. Jaya Agung Makmur Malang. Jenis penelitian yang digunakan adalah *explanatory research*. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Sari Jahe Keraton yang datang ke Toko 49, Toko Aisyah dan Toko Sumber Rasa selama periode penelitian berlangsung. Sampel penelitian sebanyak 60 responden yang diambil dengan menggunakan teknik *accidental sampling*.

Hasil penelitian menjelaskan secara simultan variabel atribut produk (X1) dan *positioning* produk (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) pada PT. Jaya Agung Makmur Malang dibuktikan dengan pengujian yang menunjukkan $p\text{ value } (0.000) < \text{level of significance } (\alpha=0.05)$. Koefisien determinasi sebesar 80,3%. Secara parsial menghasilkan signifikansi t sebesar 0.124 untuk variabel atribut produk (X1) dan 0.062 untuk *positioning* produk (X2) sehingga dapat diketahui kedua variabel berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen (Y). Persamaan regresi yang berbentuk. Variabel atribut produk (X1) memiliki pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) ditunjukkan *standardized* koefisien beta terbesar dibandingkan dengan nilai variabel *positioning* produk yaitu (0.601).

Kata Kunci : Atribut Produk, *Positioning* Produk, Keputusan Pembelian