



**PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE MEREK ASUS
PADA OUTLET INDOLAGA PONSEL DI KECAMATAN
BANYUWANGI**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1)
Dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Oleh :

Wiwit Angga Baskoro

NIM : 1310412036

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
JANUARI, 2017**

PENGESAHAN

Skripsi berjudul; *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian handphone Merek Asus Pada Outlet Indolaga Ponsel Di Kecamatan Banyuwangi*, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Hari : Kamis

Tanggal : 26 Januari 2017

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji

Dr. Nurul Qomariah, MM
NPK : 06 03 426

Pembimbing 1,

Drs. M. Naely Azhad, M.Si
NPK : 196612311993031006

Pembimbing 2,

Budi Santoso, SE, MM
NPK : 10 03 711

Mengesahkan

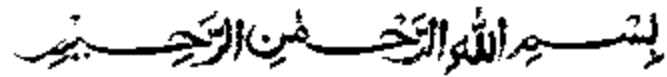
Dekan,

Drs. Arik Susbiyani, SE, M.Si
NPK : 01 09 289

Ketua Program Studi,

Maheni Ika Sari, SE, MM
NPK : 197708112005012000

KATA PENGANTAR



**Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh
Allahumma Shalli Ala Muhammad Wa Ala Ali Muhammad.**

Atas Nama-Nya yang Rahman dan Rahim. Segala puji hanya bagi-Nya Pengayom Alam Semesta. Salam kehormatan tetap tercurah kepada Rasulullah Muhammad bin Abdullah SAW., kepada keluarganya dan para sahabatnya . Alhamdulillah, berkat Rahmat dan Kasih-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul **“PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE MEREK ASUS PADA INDOLAGA OUTLET DI KECAMATAN BANYUWANGI ”**. Skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bantuan dan kasih sayang banyak orang. Penulis menyadari bahwa terselesainya penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, petunjuk, dan saran dari semua pihak. Untuk itu, penulis dengan segala kerendahan hati ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini khususnya kepada :

1. Ibu. Dr. Nurul Qomariyah, MM, selaku dosen penguji ujian skripsi Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Maheni Ika Sari, S.E., MM selaku ketua jurusan manajemen fakultas ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember
3. Drs. M Naely A, MSi selaku selaku pembimbing I yang selalu memberikan bantuan dan meluangkan waktunya untuk memberikan masukan serta bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Bapak Budi Santoso, SE, MM selaku selaku pembimbing II yang selalu memberikan bantuan dan meluangkan waktunya untuk memberikan masukan serta bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini.

5. Seluruh dosen Universitas Muhammadiyah Jember yang senantiasa membina, mendidik serta membantu saya selama studi di Universitas Muhammadiyah Jember.
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi yang telah membekali peneliti selama mengikuti kuliah, serta staf dalam lingkungan kampus Universitas Muhammadiyah Jember yang telah membantu dalam urusan administrasi.
7. Teman-teman yang selama ini telah banyak berperan selama saya berada di Universitas Muhammadiyah, teman-teman KKN, dan seluruh pihak yang telah membantu dan tidak sempat saya sebutkan satu persatu.
8. Seluruh responden yang bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini.
9. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan semua namanya yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhirnya dengan segala kelemahan penulis, penulis mempersembahkan Skripsi ini dengan harapan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Jember, 15 Januari 2017

Wiwit Angga Baskoro
NIM. 1310412036

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PEMBIMBINGAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Definisi Pemasaran.....	11
2.3 Pengertian Pemasaran.....	11
2.4 Konsep Pemasaran.....	11

2.5	Pengertian Perilaku Konsumen.....	13
2.6	Pengambilan Keputusan.....	16
2.7	Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Membeli.....	18
2.8	Pengertian Produk.....	24
2.9	Pengertian Atribut Produk.....	25
2.10	Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.....	27
2.11	Kerangka Konseptual.....	30
2.12	Hipotesis Penelitian.....	31
	BAB 3 METODELOGI PENELITIAN.....	33
3.1	Identifikasi dan Definisi Variabel.....	33
3.1.1	Identifikasi Variabel.....	33
3.1.2	Definisi Variabel.....	33
3.2	Rancangan Penelitian.....	35
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	35
3.4	Populasi dan Sampel.....	35
3.4.1	Populasi.....	35
3.4.2	Sampel.....	36
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.5.1	Metode Interview.....	37
3.5.2	Metode Kuesioner.....	37
3.6	Pengukuran dan Perskala.....	37
3.6.1	Skala Likert.....	38
3.7	Uji Instrumen.....	38
3.7.1	Uji Reliabilitas.....	38

3.7.2 Uji Validitas.....	39
3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	40
3.7.4 Koefisien Determinasi Berganda.....	41
3.7.5 Uji F.....	42
3.7.6 Uji T.....	43
3.8 Uji Asumsi Klasik.....	44
3.8.1 Uji Multikolinearitas.....	44
3.8.2 Uji Normalitas.....	45
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1 Gambaran Umum Smartphone Asus.....	46
4.1.1 Deskripsi Perusahaan Asus.....	46
4.1.2 Sejarah Asus.....	46
4.1.3 Visi , Misi dan Tujuan.....	47
4.1.3.1 Visi.....	47
4.1.3.2 Misi.....	47
4.1.3.3 Tujuan.....	47
4.2 Produk Asus.....	47
4.3 Karakteristik Responden.....	48
4.3.1 Jenis Kelamin.....	48
4.3.2 Jenis Pekerjaan.....	49
4.3.3 Tingkat Pendapatan.....	50
4.3.4 Tingkat Usia.....	51
4.3.5 Pendidikan.....	52
4.3.6 Lama Memegang <i>Handphone</i>	53

4.4	Deskripsi Jawaban Responden.....	54
4.5	Hasil Uji Instrumen.....	60
4.5.1	Uji Validasi.....	60
4.5.2	Uji Reliabilitas.....	63
4.6	Analisis Koefisien Determinasi Berganda.....	64
4.7	Analisis Regresi Berganda.....	65
4.8	Pengujian Hipotesis.....	66
4.8.1	Pengujian Simultan.....	66
4.8.2	Pengujian Parsial.....	67
4.9	Uji Asumsi Klasik.....	70
4.9.1	Uji Multikolinearitas.....	70
4.9.2	Uji Normalitas.....	71
4.10	Pembahasan.....	71
	BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....	74
5.1	Kesimpulan.....	74
5.2	Saran.....	74
	DAFTAR PUSTAKA.....	76
	LAMPIRAN 1.....	78
	LAMPIRAN 2.....	85

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 Data <i>Smartphone</i> di Indonesia.....	2
Tabel 2 Data Penjualan <i>Smartphone</i> di Indolaga.....	4
Tabel 3 Penelitian Terdahulu.....	10
Tabel 4 Produk Asus.....	47
Tabel 5 Karakteristik Jenis Kelamin.....	49
Tabel 6 Karakteristik Pekerjaan.....	49
Tabel 7 Karakteristik Pendapatan.....	50
Tabel 8 Karakteristik Usia.....	51
Tabel 9 Karakteristik Pendidikan.....	52
Tabel 10 Lama Memegang <i>handphone</i>	53
Tabel 11 Jawaban Responden Variabel Harga.....	54
Tabel 12 Jawaban Responden Variabel Desain.....	56
Tabel 13 Jawaban Responden Variabel Fitur.....	57
Tabel 14 Jawaban Responden Variabel Merek.....	59
Tabel 15 Uji Validasi Variabel Harga.....	61
Tabel 16 Uji Validasi Variabel Desain.....	61
Tabel 17 Uji Validasi Variabel Fitur.....	62
Tabel 18 Uji Validasi Variabel Merek.....	62
Tabel 19 Uji Validasi Variabel Keputusan Pembelian.....	63
Tabel 20 Hasil Uji Reliabilitas.....	63
Tabel 21 Hasil Regresi Linier Berganda.....	65
Tabel 22 Uji Multikolinearitas.....	71

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Perilaku Pembelian.....	14
2.2 Stimulus Organisme Response.....	14
2.3 Proses Keputusan Beli Konsumen.....	15
2.4 Faktor-Faktor Perilaku Konsumen.....	18
2.5 Kerangka Konseptual.....	30
3.1 Kurva Normal Uji F.....	43
3.2 Kurva Normal Uji T.....	44

DAFTAR PUSTAKA

- Assouri, Sofyan. 2009 , *Manajaen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi , Edisi Pertama. Cetakan Kedua*. Yogyakarta APMYKPN.
- Boyd. 2009. *Manajemen Pemasaran, Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*. Jakarta: Erlangga.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivarite dengan SPSS*. Cetakan Keempat, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Gujarati, 2010. *Basic Econometries*. 4th Edition. McGraw Hill.
- Susanto, Heri. 2013. *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Galaxy Series*. Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma Jakarta.
- Jatra, Made. 2012. *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Di Kota Denpasar*. Laporan Penelitian Tidak Dipublikasikan. Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Udayana Negeri Bali.
- J. Supranto, 2006. *Statistik Teori dan Aplikasi*, edisi keenam, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip, 2006, *Manajemen Pemasaran: Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Prehallindo: Jakarta.
- Kotler, Philip, 2005, *Manajemen Pemasaran*, PT.Prenhallindo, Jakarta
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong ,2005, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Edisi Kesembilan, Jilid 1, Penerbit PT. Indeks Kelompok Gramedia: Jakarta.
- Kotler, Philip dan Keller, L. Kevin (2007). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Terjemahan : Benyamin Molan. PT. Indeks Kelompok Gramedia : Jakarta.
- Notoatmodjo, Soekidjo. 2005. *Metodologi Penelitian Kesehatan*, Rineka Cipta, Jakarta.
- Nurudin, Moch. (2007). *Jurnal Beta Bisnis, Ekonomi, dan Akutansi*. Gresik:Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Gresik.
- Santoso dan Tjiptono, 2007. *Riset Pemasaran: Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*, PT Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Qomariah, Nurul (2011). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Bank*

Syariah Mandiri Cabang Jember). Dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.

Santoso dan Tjiptono, 2008, *Riset Pemasaran: Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*, PT Elex Media KOMputindo, Jakarta.

Saputra, Doan Cahyo. 2014. *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Samsung Galaxy Di Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember*. Laporan Penelitian Tidak Dipublikasikan. Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.

Sugiyono. 2008, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, Penerbit Alfabeta, Bandung.

Swasta, Basu dan Irawan, 2007. *Manajemen Pemasaran Modern*. Penerbit Liberty, Yogyakarta.

Swasta, Basu dan Hani Handoko, 2007. *Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen*, BPFE, Yogyakarta.

Tjiptono, 2007. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Andi Ofset. Yogyakarta.

Widayat & Amirullah, 2009, *Riset Bisnis* . Graha Ilmu. Yogyakarta

Willian J. Stanton and Lamanto. (2007). *Prinsip Pemasaran. Jilid 1 dan Jilid 2* Jakarta. Erlangga.

<http://tekno.kompas.com/read/2013/08/15/153592/ponsel.pintar.berkuasa.asus.dan.android>*International Worldwide smartphone tracker 2015*
Retrieved on :Maret 2015.