



**PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN AIR MINUM DALAM KEMASAN MOYAMU**
(Studi pada Dosen dan Karyawan Universitas Muhammadiyah Jember)

SKRIPSI

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

Oleh:

**Dendi Bagus Cahyadi
NIM. 12.10.411.045**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
APRIL, 2016**

PENGESAHAN

Skripsi berjudul; Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Moyamu (studi pada Dosen dan Karyawan Universitas Muhammadiyah Jember), telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 28 April 2016

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,

Dra. Retno Endah Supeni, M.M
NPK 95 10 256

Anggota 1,

Anggota 2,

Seno Sumowo. SE., M.M
NPK 01 09 288

Drs Rudi Kusubagio. M.M
NIDN 0719074801

Mengesahkan:

Dekan,

Ketua Jurusan,

Drs Ahmad Suharto, M.P
NPK 89 06 242

Maheni Ika Sari, SE., M.M
NIP 19770 811 2005 01 2001

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Alhamdulillahirabbilalamin, banyak nikmat yang Allah berikan, tetapi sedikit sekali yang kita ingat. Segala puji hanya layak untuk Allah Tuhan seru sekalian alam atas segala berkah, rahmat, taufik, serta hidayah-Nya yang tiada terkira besarnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul ” Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Moyamu (studi pada Dosen dan Karyawan pada Universitas Muhammadiyah Jember) ”.

Maksud dan tujuan dari penulisan dan penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Ekonomi (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunannya, penulis memperoleh banyak bantuan dari berbagai pihak, karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Drs. Ahmad Suharto, M.P, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
2. Maheni Ika Sari, SE., MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
3. Seno Sumowo. SE., M.M, selaku dosen pembimbing I dan Drs. Rudi Kusubagio, MM selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
4. Dra. Retno Endah Supeni, M.M, selaku dosen penguji skripsi yang bersedia memberikan saran, bimbingan, dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.

5. Seluruh Staf Pengajar/dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis, khususnya Staf Pengajar Jurusan Manajemen.
6. Kedua orang tua tercinta, untuk semua cinta yang mengagumkan, doa, integritas, dukungan, dan perhatiaannya yang tak terbatas. Terima kasih untuk segalanya, baru ini yang bisa saya persembahkan, semoga menjadi awal yang baik.
7. Kakakku yang amat aku sayangi Deni Esti Lestari yang selalu mendukungku sampai selesainya skripsi ini.
8. Calon Istriku Firgy Ramadhanti yang selalu membantuku mengerjakan dan mendukungku untuk terselesainya skripsi ini.
9. Saudara-saudaraku, atas dukungan dan doanya, semoga kalian sukses dalam menjalani hidup.
10. Teman-teman seperjuangan Prodi Manajemen angkatan 2012 yang telah memberikan semangat dan dukungan.
11. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan semua namanya yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dari sanalah semua kesuksesan ini berawal, semoga semua ini bias memberikan sedikit kebahagiaan dan menuntun pada langkah yang lebih baik lagi. Meskipun penulis berharap isi dari skripsi ini bebas dari kekurangan dan kesalahan, namun selalu ada yang kurang. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini dapat lebih baik lagi. Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi semua pembaca.

Jember, 28 April 2016
Penyusun

Dendi Bagus Cahyadi

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PEMBIMBINGAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
 BAB 1 PENDAHULUAN	 1
1.1	Latar Belakang 1
1.2	Rumusan Masalah 6
1.3 Kegunaan Penelitian	Tujuan dan 7
 BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	 9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Pengertian Pemasaran	9
2.1.2 Klarifikasi Produk	10
2.1.3 Atribut Produk	11
2.1.4 Kualitas Produk	14
2.1.5 Kemasan	15
2.1.5.1 Pengertian kemasan	15
2.1.5.2 Fungsi kemasan	15
2.1.5.3 Tujuan kemasan	16
2.1.6 Harga	16
2.1.7 Merek	20
2.1.7.1 Pengertian merek	20

2.1.7.2 Brand Image (Citra Merek)	21
2.1.7.3 Faktor Yang Mempengaruhi Pentingnya Merek.....	21
2.1.7.4 Tujuan Merek	22
2.1.8 Keputusan Pembelian Konsumen	22
2.1.8.1 Pengertian Keputusan pembelian Konsumen	22
2.1.8.2 Tahap – Tahap Proses Pengambilan keputusan	24
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu	26
2.3 Kerangka Konseptual	28
2.4 Hipotesis Penelitian	28
BAB 3 METODE PENELITIAN	30
3.1 Identifikasi Variabel	30
3.1.1 Variabel Independen/Bebas	30
3.1.2 Variabel Dependen/Terikat	30
3.2 Definisi Operasional Variabel	30
3.2.1 Kualitas Produk (X_1)	30
3.2.2 Kemasan (X_2)	31
3.2.3 Harga (X_3)	31
3.2.4 Merek (X_4)	32
3.2.5 Keputusan Pembelian Konsumen (Y)	32
3.3 Desain Penelitian	32
3.4 Jenis Data	33
3.4.1 Data Primer	33
4.4.2 Data Skunder	33
3.5 Populasi dan Sampel	33
3.5.1 Populasi	33
3.5.2 Sampel	34
3.6 Teknik Pengambilan sampel	35
3.7 Teknik Pengumpulan Data	35

3.8	Teknik Analisis Data	35
3.8.1	Uji Instrumen Data	35
3.8.1.1	Uji Validitas	35
3.8.1.2	Uji Reliabilitas	36
3.8.2	Analisis Regresi Linier Berganda	36
3.8.3	Uji Asumsi Klasik	37
3.8.3.1	Uji Normalitas (<i>Normality</i>)	37
3.8.3.2	Uji Multikolinearitas	37
3.8.3.3	Uji Heteroskedastisitas	38
3.8.4	Uji Hipotesis	38
3.8.4.1	Uji F	38
3.8.4.2	Uji t	38
3.8.4.3	Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	39
BAB 4 HASIL DAN PENBAHASAN	40	
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	40
4.1.1	Sejarah Singkat UMKM MOYAMU	40
4.1.2	Struktur Organisasi Perusahaan dan Tugasnya	41
4.1.3	Tenaga Kerja	43
4.1.4	Jam Kerja Karyawan	43
4.1.5	Sistem Upah	43
4.1.6	Aspek Produksi	43
4.1.6.1	Bahan Baku dan Bahan Penolong	43
4.1.6.2	Peralatan Produksi	44
4.1.6.3	Proses Produksi	44
4.1.7	Aspek Pemasaran	46
4.1.7.1	Daerah Pemasaran	46
4.1.7.2	Saluran Distribusi	46
4.2	Data Statistik Deskriptif	46
4.2.1	Diskripsi Statistik Responden	47
4.2.2	Deskriptif Variabel Penelitian	48
4.2.2.1	Kualitas Produk	48
4.2.2.2	Kemasan	49
4.2.2.3	Harga	50
4.2.2.4	Merek	51
4.2.2.5	Keputusan Pembelian Konsumen	51

4.3 Analisis Data	52
4.3.1 Pengujian Instrumen Data	52
4.3.1.1 Pengujian Validitas Data	52
4.3.1.2 Pengujian Reliabilitas Data	53
4.3.2 Analisis Regresi Linier Berganda	54
4.3.3 Pengujian Asumsi Klasik	56
4.3.3.1 Pengujian Normalitas	56
4.3.3.2 Pengujian Multikolinearitas	57
4.3.3.3 Pengujian Heterokedastisitas	58
4.3.4 Pengujian Hipotesis	59
4.3.4.1 Uji F	59
4.3.4.2 Uji t	59
4.3.4.3 Koefisien Determinasi (R^2)	61
4.4 Pembahasan	61
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	66
5.1 Kesimpulan	66
5.2 Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	69

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1: Data Penjualan Bulan Juni - November	4
Tabel 1.2: Data Perbandingan produk AMDK yang diminati Konsumen internal Universitas Muhammadiyah Jember	5
Tabel 4.1: Responden Menurut Usia	47
Tabel 4.2: Responden Menurut Jenis Kelamin	47
Tabel 4.3: Responden Menurut Tingkat Pekerjaan/ Profesi	47
Tabel 4.4: Responden Menurut Pendidikan Terakhir	48
Tabel 4.5: Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Kualitas Produk	48
Tabel 4.6: Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Kemasan...	49
Tabel 4.7: Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Harga	50
Tabel 4.8: Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Merek	51
Tabel 4.9: Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Keputusan Pembelian	52
Tabel 4.10: Hasil Pengujian Validitas	53
Tabel 4.11: Hasil Pengujian Reliabilitas	54

Tabel 4.12: Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	55
Tabel 4.13: Hasil Hasil Uji Multikolinearitas	57
Tabel 4.14: Hasil Uji F	59
Tabel 4.15: Hasil Uji t	60
Tabel 4.17: Hasil Uji Koefisien Determinasi	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1: Proses keputusan Pembelian Konsumen	25
Gambar 2.2: Kerangka Konseptual	28
Gambar 4.1: Struktur Organisasi UMKM Air Minum Dalam Kemasan Moyamu 2016.....	42
Gambar 4.2: Skema Proses Produksi UMKM MOYAMU	45
Gambar 4.3: Hasil Pengujian Normalitas	57
Gambar 4.9: Hasil Pengujian Heteroskedastisitas	58

DAFTAR LAMPIRAN

- | | | |
|---------------|---|--|
| LAMPIRAN I | : | Pengantar Kuesioner |
| LAMPIRAN II | : | Petunjuk Pengisian Kuesioner |
| LAMPIRAN III | : | Kuesioner Penelitian |
| LAMPIRAN IV | : | Rekapitulasi Kuesioner |
| LAMPIRAN V | : | Frekuensi Pernyataan Responden |
| LAMPIRAN VI | : | Uji Validitas |
| LAMPIRAN VII | : | Uji Reliabilitas |
| LAMPIRAN VIII | : | Uji Regresi Linier Berganda, Uji Asumsi Klasik, dan Uji Hipotesis |
| LAMPIRAN IX | : | Tabel r Product Moment, Tabel Distribusi F, dan Tabel Distribusi t |
| LAMPIRAN X | : | Dokumentasi |

DAFTAR PUSTAKA

- Amir, Hamzah, 2007. *Analisis Experiential Marketing, Emotional Branding, dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Merek Mentari*. Majalah Usahawan No.06 Tahun XXXVI, pp22-28.
- Antok, Widayat, 2015. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Saluran Distribusi dan Promosi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek (AMDK) Merek Aqua*. Skripsi. Fakultas Ekonomi. Universitas Nusantara PGRI Kediri.
- Baut Ari Wisanto, 2011. *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Mineral Kemasan Aqua Di Surakarta*. Skripsi. Fakultas Ekonomi. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Dheany Arumsari, 2012. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek AQUA*. Skripsi. Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Universitas Diponegoro Semarang.
- Febby Candra, 2015. *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek Cleo*. Skripsi. Fakultas Ekonomi. Universitas Negri Malang.
- Ferdinand, Agusty, 2006. *Metode Penelitian Manajemen*, Edisi 2. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Imam, 2011. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM,SPSS 2.0 Update PLS Regresi*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Kotler , Philip, 2000. *Marketing Management*. Edisi Milenium, International Edition.
- , 2005. *Manajemen pemasaran*, Jilid 1 dan 2. PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Kotler, Amstrong, 2008, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi 12, Erlangga, Jakarta
- Kotler, Philip dan Amstrong, Garry, 2001. *Prinsip-Prinsip Manajemen*. Jilid 1 Edisi 1, Salemba Empat, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Garry, 2001. *Prinsip-Prinsip Manajemen*. Jilid 1 Edisi 1, Salemba Empat, Jakarta.

- Kotler, Philip dan Amstrong, Garry, 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane, 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane, 2010. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kuncoro, Mudrajat, 2009. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Erlangga. Jakarta
- Mullins Oville,Larechee dan Boyd, 2005. *Marketing Management: A Strategic, Decision Making Approach*, edisi ke-6, Mc Graw-Hill, New York.
- Mursid, Muhammad, 2003. *Manajemen Pemasaran*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Shimp, Terence A, 2000. *Advertising promotion And Supplemental Aspect Of Integral Marketing Comunication*, 5 th Edition, Harcourt.
- Stanton ,William J, 2007. *Fundamental Of Marketing*. 10 th, Tokyo.
- Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Alfabeta. Bandung.
- Swastha, Basu, 2002. *Azas -azas Marketing*. Liberty, Yogyakarta.
- Swastha, Basu dan Irawan, 2003. *Manajemen Pemasaran Modern Analisis Perilaku Konsumen*. Liberty, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy, 2002. *Strategi Pemasaran*, Andi Offset.Yogyakarta.
- , 2002. *Manajemen Jasa*, Andi Offset, Yogyakarta.
- , 2004. *Pemasaran Jasa*, Bayu Media, Malang.
- , 2007. *Strategi Pemasaran, Edisi Ke dua*, Andi Offset.Yogyakarta.
- , 2008.*Service Manajemen: Mewujudkan Layanan Prima*. Penerbit C. V. ANDI OFFSET edisi II Yogyakarta.

www.Bisnis.com

id.wikipedia.org/

