



**ANALISIS ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
KONSUMEN DI C-BEZA CICHKEN TEGAL BESAR JEMBER**

**SKRIPSI**

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

**Oleh :**

**Faradina Primadita Dewanti**

**NIM 1210412012**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER  
2016**

## PENGESAHAN

Skripsi berjudul; Analisa atribut produk terhadap keputusan pembelian Cbezt Cichken Tegalbesar Jember, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 25 Januari 2017

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,

Dr. Toni Herlambang. MM  
NPK . 06 03 425

Anggota 1,

Anggota 2,

Dr. Nurul Qomariah, MM  
NPK: 0603426

Budi Santoso. SE., M.M  
NPK 07 09 107301

Mengesahkan:

Dekan,

Ketua Jurusan,

Dr. Arik Susbiyani,MSi  
NPK. 01 09 289

Drs. Anwar , M. Sc.  
NPK. 85 03 125

## 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 Cbezt Chicken Tegalbesar 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. Dr Arik Susbiyani,MSi, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammdiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
2. Maheni Ika Sari, SE., MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammdiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
3. Dr Nurul Qomariah. MM, selaku dosen pembimbing I dan Budi Santoso. SE., M.M, selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
4. Dr Toni Herlambang, MM, 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 Muhammdiyah 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 perhatiannya yang tak terbatas. Terima kasih untuk segalanya, baru ini yang bisa saya persembahkan, semoga menjadi awal yang baik.
7. Saudara-saudaraku, atas dukungan dan doanya, semoga kalian sukses dalam menjalani hidup.

8. 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, 25 Januari 2017

Yang menyatakan,

Faradina P. Dewanti

NIM. 121.041.2012

## 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 .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR RUMUS .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Dan Kegunaan Penelitian .....	9
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>10</b>
2.1 Landasan Teori .....	10
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	10
2.1.2 Atribut Produk .....	11
2.1.3 Klasifikasi Produk .....	14
2.1.3.1 Dimensi Kualitas Produk .....	15
2.1.4 Kemasan .....	16
2.1.4.1 Fungsi Kemasan .....	17
2.1.4.2 Syarat-Syarat Kemasan .....	17
2.1.4.3 Bahan Kemasan .....	18
2.1.4.4 Daya Tarik Kemasan .....	19
2.1.4.5 Etika Kemasan .....	21

2.1.5 Harga .....	22
2.1.5.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Harga .....	24
2.1.5.2 Strategi Harga .....	26
2.1.6 Merek .....	27
2.1.6.1 <i>Brand Image</i> (Citra Merek) .....	27
2.1.6.2 Faktor yang Mempengaruhi Citra Merek ....	28
2.1.6.3 Tujuan Merek .....	28
2.1.6.4 Indikator <i>Image</i> (Merek) .....	29
2.1.7 Pelayanan .....	29
2.1.7.1 Dimensi Kualitas Layanan .....	30
2.1.8 Keputusan Pembelian Konsumen .....	33
2.1.8.1 Tahap-Tahap Proses Pengambilan Keputusan .....	33
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	35
2.3 Kerangka Konseptual .....	38
2.4 Hipotesis Penelitian .....	38
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN .....</b>	<b>40</b>
3.1 Identifikasi Variabel .....	40
3.1.1 Variabel Bebas .....	40
3.1.2 Variabel Terikat .....	40
3.2 Definisi Operasional Variabel .....	40
3.2.1 Kualitas Produk .....	40
3.2.2 Kemasan .....	40
3.2.3 Harga .....	40
3.2.4 Merek .....	42
3.2.5 Pelayanan .....	42
3.2.6 Keputusan Pembelian Konsumen .....	42
3.3 Desain Penelitian .....	43
3.3.1 Populasi dan Sampel .....	44
3.4 Jenis Data .....	45
3.4.1 Data Sekunder .....	45
3.4.2 Data Primer .....	45
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	45
3.6 Teknik Analisis Data .....	47
3.6.1 Uji Instrumen Data .....	47
3.6.2 Analisis Regresi Linier Berganda .....	48
3.6.3 Uji Asumsi Klasik .....	48

3.6.4 Uji Hipotesis .....	49
<b>BAB 4 HASIL DAN PENBAHASAN .....</b>	<b>52</b>
4.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	52
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan .....	52
4.1.2 Sejarah Djarum Super .....	53
4.1.3 Visi dan Misi Perusahaan .....	53
4.1.4 Diskriptif Statistik Responden .....	54
4.1.5 Analisis Diskriptif Pernyataan Responden .....	56
4.2 Analisis Data .....	66
4.2.1 Uji Instrumen Data .....	66
4.2.1.1 Pengujian Validitas Data .....	66
4.2.1.2 Pengujian Reliabilitas Data .....	68
4.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda .....	68
4.2.3 Uji Asumsi Klasik .....	71
4.2.3.1 Pengujian Normalitas .....	71
4.2.3.2 Pengujian Multikolinearitas .....	71
4.2.3.3 Pengujian Heterokedastisitas .....	72
4.2.4 Uji Hipotesis .....	73
4.2.4.1 Uji F .....	73
4.2.4.2 Uji t .....	74
4.2.4.3 Koefisien Determinasi .....	75
4.3 Pembahasan .....	76
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>79</b>
5.1 Kesimpulan .....	79
5.2 Saran	80
5.9 Rekomendasi .....	81
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>82</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1: <i>Tabel Penjualan</i> .....	5
Tabel 2.1: Perbandingan Dengan Penelitian Terdahu .....	37
Tabel 4.1: Responden Menurut Usia .....	54
Tabel 4.2: Responden Menurut Tingkat Pendidikan .....	55
Tabel 4.3: Responden Menurut Masa Menjadi Pelanggan .....	55
Tabel 4.4: Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Kualitas Produk .....	56
Tabel 4.5: Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Kemasan ..	58
Tabel 4.6: Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Harga .....	59
Tabel 4.7: Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Merek .....	61
Tabel 4.8: Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Pelayanan.	63
Tabel 4.9: Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Keputusan Pembelian .....	64
Tabel 4.10: Hasil Pengujian Validitas .....	67
Tabel 4.11: Hasil Pengujian Reliabilitas .....	68
Tabel 4.12: Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	69
Tabel 4.13: Hasil Hasil Uji Multikolinearitas .....	72
Tabel 4.14: Hasil Uji t, Uji F dan Uji Koefisien Determinan .....	74



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1: Kerangka Konsep Penelitian .....	33
Gambar 4.1: Hasil Pengujian Normalitas .....	71
Gambar 4.2: Hasil Pengujian Heteroskedastisitas .....	73

## 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: Hasil Olah Data Dengan SPSS 20
- LAMPIRAN VII: Tabel  $r$  Product Moment, Tabel Distribusi F, dan Tabel Distribusi  $t$
- LAMPIRAN VIII: Dokumentasi

## DAFTAR PUSTAKA

- Asri, Marwan. ( 2010 ). *Marketing*. Edisi Pertama. Cetakan Kedua. Yogyakarta : AMP YKPN
- Arini, 2011, Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Gudeg Di Rumah Makan Bu Tjitro Yogyakarta, Diponegoro Journal of Accounting, Volume 2, Nomor 4, Tahun 2014
- Assauri, Sofyan. ( 2007 ). *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strateg*. Edisi Pertama. Cetakan Kedua. Yogyakarta : AMP YKPN
- Assauri, sofyan.2010 .**Manajemen Pemasaran**. jilid 1. Jakarta. Penerbit Ghalia Indonesia.
- Azmi, Ahmad (2015) “Analisis Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Ertiga pada UMC Suzuki Jember” Skripsi tidak terpublikasi.
- Gitusudarmo, Indriya. 2010. Manajemen Pemasaran Edisi 1. Yogyakarta: BPFE.
- Ghozali. 2009. *SPSS dan Analisis Multivariate*. Fakultas Ekonomi. Universitas Diponegoro, Semarang
- Indriantoro dan Supomo. 2010. Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen. Edisi Pertama. Yogyakarta : BPFE.
- J. Supranto, 2012. **Sbitistik Teori dan Aplikasi**, edisi keenam, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2009 . *Manajemen Pemasaran Analisa, Perencanaan dan Pengendalian*. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. ( 2010 ). *Dasar – Dasar Manajemen*. Edisi Keenam. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong, 2011. Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT. Prenhalindo.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong ,2011, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Edisi Kesembilan, Jilid 1, Penerbit PT. Indeks Kelompok Gramedia: Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong,2011.Prinsip – Prinsip Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2014. Dasar-Dasar Pemasaran Jilid II. Jakarta: PT. Indeks.

- Manurung (2014) “Analisis Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Blackberry Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara” Jurnal IPB Vol.11 No.1 (52-60)
- Mangkunegara, A,P. 2001 *Manajemen Sumberdaya Manusia*. Cetakan ketiga. P.T Remaja Rosdakarya Offset. Bandung
- Nurudin, Moch. 2010 . *Jurnal Beta Bisnis, Ekonomi, dan Akuntansi*. Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Muhamadiyah Gresik. Gresik.
- Prabowo (2012) Analisis Sikap Konsumen Terhadap Atribut Produk Getuk Trio, Magelang, Diponegoro Journal of Accounting, Volume 4, Nomor 4, Tahun 2013
- Qomariah, 2011, Faktor faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen menabung Bank Syariah Mandiri Jember, Jurnal JEAM Vol X No 1, 2012.
- Santoso dan Tjiptono, 2011, *Riset Pemasaran: Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*, PT Elex Media Komputindo, Jakarta
- Setiawan (2012) dengan judul “Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kedai Digital Di Yogyakarta”. Diponegoro Journal of Accounting, Volume 4, Nomor 1, Tahun 2013
- Stanton,William J. 2009 . *Prinsip Pemasaran. Jilid 1*. Jakarta : Erlangga.
- Simamora, 2004, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, edisi ketiga, cetakan pertama,  
Penerbit : YKPN, Yogyakarta
- Sugiyono, 2008, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Swasta, Handoko. 2010. *Manajemen Pemasaran : Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : LIBERTY.
- Setyandari 2013 Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Ayam Goreng Suharti, Diponegoro Journal of Accounting, Volume 4, Nomor 6, Tahun 2013
- Tjiptono, Fandy. 2009. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Andi Ofset.Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Andi Ofset.Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2013. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Cetakan Kesatu Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Strategi Pemasaran*. Andi Ofset.Yogyakarta.