

**MEMBANGUN KEPUASAN MELALUI KEPUTUSAN  
PEMBELIAN BERBASIS ATRIBUT PRODUK  
(Studi pada Pengguna HP Oppo Di Mentari Cell Jember)**

**SKRIPSI**

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



Oleh :

**JONI ZEINURI**

**1510411142**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER  
2019**

## PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

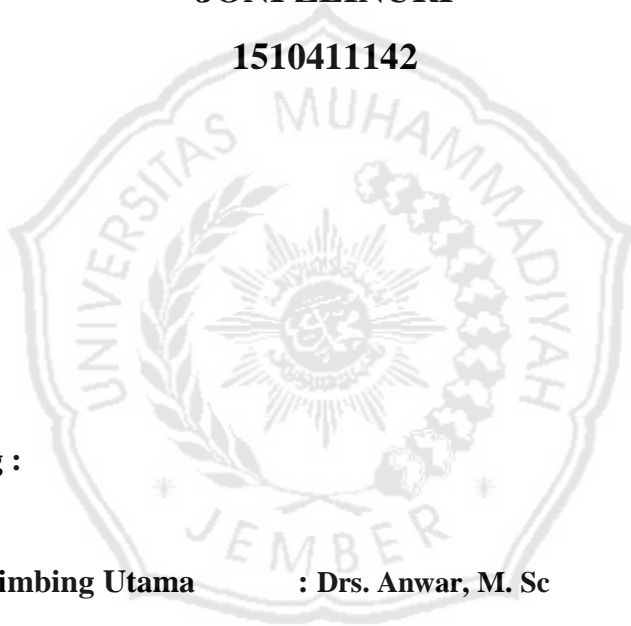
Nama : Joni Zeinuri  
NIM : 1510411142  
Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yng berjudul : “Membangun Kepuasan Melalui Keputusan Pembelian Berbasis Atribut Produk (Studi Pada Pengguna Hp Oppo Di Mentari Cell Jember)” adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut di muka hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, Juni 2019  
Yang menyatakan,

Joni Zeinuri  
1510411142

**SKRIPSI****MEMBANGUN KEPUASAN MELALUI KEPUTUSAN  
PEMBELIAN BERBASIS ATRIBUT PRODUK  
(Studi pada Pengguna HP Oppo Di Mentari Cell Jember)****Oleh :****JONI ZEINURI****1510411142****Pembimbing :****Dosen Pembimbing Utama : Drs. Anwar, M. Sc****Dosen Pembimbing Pendamping : A. Fahrur Rosi ,SE,MM**

**PENGESAHAN**

Skripsi yang berjudul : Membangun Kepuasan Melalui Keputusan Pembelian Berbasis Atribut Produk (Studi Pada Pengguna Hp Oppo Di Mentari Cell Jember), telah uji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Nama : Joni Zeinuri  
Tanggal : 26 Juni 2019  
Tempat : Fakutas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji

**Dr. Nurul Qomariyah, MM**

NPK : 06 03 426

Anggota 1,

Anggota 2,

**Drs. Anwar, M. Sc**

**A. Fahrur Rosi ,SE,MM**

NPK : 85 03 125

NPK : 19900201.1.1.703796

Mengesahkan :

Dekan

Ketua Progam Studi,

Dr. Arik Susbiyani. SE, Msi

Haris Hermawan, SE, MM

NPK : 01 09 289

NPK : 15 03 643

## MOTTO

“Yakinlah kau bisa dan kau sudah separuh jalan menuju kesana”

**(Theodore Roosevelt)**

“Perbedaan antara gagal dan sukses bukanlah pada kesempatan, tetapi pada tindakan disetiap datangnya kesempatan”

**(Penulis)**



## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur kami panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat kesehatan, pemahaman, dan kasihNya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan jadwal yang telah direncanakan. Dalam kesempatan ini kami ucapkan banyak-banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini diantaranya :

1. Ayahku dan Ibuku yang telah mengasuhku dan memberi segala kasih sayang serta pengorbanannya kepadaku terima kasih atas doa yang diberikan demi keberhasilanku;
2. Kakakku yang telah mendukung sehingga saya berhasil menyelesaikan skripsi;
3. Teman Seperjuangan yang telah mendukung, menemani dan memberikan semangat sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi;
4. Sahabatku yang sudah memberikan dorongan luar biasa sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi;
5. Teman-teman Manajemen Fakultas Ekonomi 2015 atas pemberian semangat serta doanya;
6. Teman-teman KKN;
7. Bapak dosen pembimbing satu dan dua, penulis mengucapkan terima kasih atas dorongan dan bimbingannya;
8. Almamater tercinta Universitas Muhammadiyah Jember.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya akhirnya saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“MEMBANGUN KEPUASAN MELALUI KEPUTUSAN PEMBELIAN BERBASIS ATRIBUT PRODUK (STUDI PADA PENGGUNA HP OPPO DI MENTARI CELL JEMBER)”**. Sebagai manusia biasa saya tidak akan pernah luput dari kesalahan, penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Maka dari itu dengan segala kerendahan hati saya mohon kritik, saran dan masukan yang bersifat membangun pembaca.

Pada kesempatan ini saya menyampaikan rasa terima kasih kepada berbagai pihak atas bimbingan, bantuan dan motivasi yang sangat berguna dalam penyelesaian penyusunan skripsi ini, untuk itu saya mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak **Dr. Ir. Muhammad Hazmi, DESS**, Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Ibu **Dr. Arik Susbiyani, SE, M.Si**, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Bapak **Haris Hermawan, SE, MM**, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Bapak dan ibu, selaku dosen pembimbing dan dosen penguji yang telah berkenan meluangkan waktu, memberikan arahan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
6. Pada bagian pengajaran Fakultas Ekonomi Manajemen terima kasih atas bantuan, doa dan dukungannya.
7. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini sangat sederhana dan jauh dari kesempurnaan dalam penyajiannya, untuk itu saran dan kritik membangun sangat penulis harapkan.

Semoga penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua yang memerlukannya.

Jember, April 2019

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN</b> .....	ii
<b>PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>MOTTO</b> .....	v
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xii
<b>ABSTRAK</b> .....	xiii
<b>ABSTRACT</b> .....	xiv

## BAB 1 : PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Peneliitian.....	7

## BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Komunikasi Pemasaran.....	9
2.1.2 Artibut Produk.....	12
2.1.3 Presepsi Harga.....	15
2.1.4 Kepuasan Konsumen .....	18
2.1.4 Kepuasan Membeli.....	20
2.2 Penelitian Terdahulu.....	23
2.3 Kerangka Konseptual.....	31
2.4 Hipotesis .....	32

## BAB 3 : METODE PENELITIAN

3.1 Identifikasi Variabel .....	36
3.2 Definisi Operational .....	37
3.3 Rancangan Penelitian .....	39
3.4 Variabel Populasi dan Sampel .....	39
3.5 Jenis dan Sumber Data .....	40
3.6 Skala Pengukuran .....	40
3.7 Uji Instrumen .....	41
3.8 Metode Analisis Data .....	42



**BAB 4 : PEMBAHASAN**

4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	50
4.2 Statistik Deskriptif.....	51
4.3 Deskriptif Variabel.....	52
4.4 Uji Instrumen.....	56
4.3.1 Uji Validitas.....	56
4.3.2 Uji Reabilitas.....	57
4.3.3 Uji Normalitas Data.....	58
4.5 Analisis Jalur.....	59
4.6 Uji Asumsi Klasik.....	61
4.5.1 Uji Multikolinearitas.....	61
4.5.2 Uji Heteroskedastisitas.....	61
4.6 Uji Hipotesis.....	63
4.6.1 Uji t.....	63
4.6.2 Uji t.....	65
4.7 Pembahasan.....	63

**BAB 5 : KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan.....	72
5.2 Keterbatasan.....	72
5.2 Saran.....	73

**DAFTAR PUSTAKA**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Konseptual.....	15
Gambar 3.1	Model Analisis Jalur (Path Analysis) .....	24
Gambar 4.1	Struktur Organisasi .....	28
Gambar 4.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	38



**DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1	Data Brand Index.....	4
Tabel 1.2	Data Penjualan.....	5
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	33
Tabel 4.1	Umur Responden.....	34
Tabel 4.2	Jenis Kelamin Responden.....	35
Tabel 4.3	Pendidikan Responden.....	43
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas.....	32
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas.....	33
Tabel 4.10	Hasil Uji Normalitas Data.....	34
Tabel 4.11	Hasil Analisis Jalur.....	34
Tabel 4.12	Hasil Uji Multikolinieritas.....	62
Tabel 4.13	Hasil Uji t.....	64



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuisisioner
- Lampiran 2 : Rekapitulasi Kuisisioner
- Lampiran 3 : Jawaban Responden
- Lampiran 4 : Uji Instrumen
- Lampiran 5 : Analisis Regresi Modeasi
- Lampiran 6 : Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 7 : Uji Hipotesis
- Lampiran 8 : Rtabel
- Lampiran 9 : Dokumentasi



## Daftar Pustaka

- Basri, Nur A'mirah, Hassan et. 2016. Effect of Word of Mouth Communication on Consumer Purchase Desicion: Malay Upscale Restaurant. *Procedia-Social and Behavioral Science* 222 (2016) 324-331.
- Yuninda, Firdha And Sutopo, 2019. Analisis Pengaruh Presepsi Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan ( Studi Tmpiris Pada Perusahaan Kuliner Mantap Boos Jakarta). *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis*
- Fahmi, A. Fahrudin, Achmad Fauzi, dan Edy Yulianto. 2015. Pengaruh Atribut Produk erhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Pengunjung Malang Plasa yang Membeli Smartphone Samsung Seri Galaxy). *Jurnal Ilmu Administrasi* Vol. 28 Nomor 1, Hal 35-42.
- Nila, Erdiana. 2015. Analisis pengaruh kualitas produk, kesadaran merek, dan harga terhadap keputusan pembelian mobil honda mobilio di kota semarang
- Finnan, Aditya Ajie Nugraha. 2015. Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen (Studi pada konsumen Kober Mie Setan Jalan Siomang Soekarno-Hatta no. 1-2 Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol. 22 No. 1 Mei 2015 Hal 1-7.
- Koko, Arie Bowo. 2013. Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dan kepuasan konsumen pada notebook merek Acer. *Jurnal Gaussian* Vol. 2 Nomor 1, Hal 29-38.
- Nurul Qomariah. 2018. Faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen menabung di bank syariah ( studi khusus pada bank syariah mandiri cabang jember ) *Jurnal Ekonomi*. Vol. 8 Nomor 2.

- Indah Dwi Kurniasih. 2010. Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Variabel Kepuasan. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 1(1): 37-45.
- Penny Rahmawati. 2014. Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sari Roti. *Jurnal Manajemen* Vol. 11 Nomor 2 Hal 29-37
- Rahmat Hidayat. 2015. Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Lampu Philips (Studi Kasus Pada Mahasiswa Telkom University. *Ecodemica*. Vol III. No.1 April 2015
- Rina Anggriana, Nurul Qomariah & Budi Santoso. 2017. Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pelanggan Jasa Ojek Online “OM-JEK” Jember. *jurnal manajemen* Vol. 7 No. 2 Desember 2017
- Edwin Febriandi, Nurul Qomariah & Yohanes G.W. 2018. Analisis Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Wisata Waduk Sidodadi Glanmor Banyuwangi. Hal 376-387
- Ahmad Napik, Nurul Qomariah & Budi Santoso. 2018. Kaitan Citra Merek, Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Blackberry. *Jurnal Penelitian*. Vol 3 No. 1 Januari 2018
- Muhammad, Nurul Qomariah & Nursaidah. 2018. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan ( Studi Kasus Pada Bengkel Mobil Larasati Lumajang).
- Peter, J. Paul & Jerry C. Olson. 2013. *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*. Edisi 9. Jilid 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Schiffman, Leon G. dan Lestie L. Kanuk. 2010. *Consumer Behavior : Eight Edition*. Jersey : Prentice Hall.

- Sernovitz, 2009. *Word of Mouth Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Shimp, Terence A. 2007. *Promosi dan Periklanan – Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta Erlangga.
- Sugiyono, (2009), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Supranto, J. 2002. *Statistik Teori dan Aplikasi*, Edisi VI Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Sutisna, 2002. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Tjiptono Fandy. 2012. *Strategi Pemasaran*. Edisi ke-2. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono Fandy. 2007. *Pemasaran Jasa*. Malang: Banyumedia Publishing.
- Umar, Husein. 2009. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Widiana. 2010. *Dasar – Dasar Pemasaran*. Bandung : KPD.
- Kotler, Philip dan Armstrong. 2001. Edisi Terjemah. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 8 Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Armstrong. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip dan Armstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 14. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip and Kevin L. Keller, 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 13. Erlangga. Jakarta.

Koncoro, M., (2003), *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi Bagaimana Meneliti dan Menulis Tesis*, Edisi 3, Erlangga, Jakarta.

Lupiyoadi, R. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

Mohamad Dimiyati. 2014. *Perilaku Konsumen*. Mojokerto : Insan Global.

