



**PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN SMARTPHONE SAMSUNG GALAXY SERIES  
(Studi Kasus Warga Desa Balung Lor Kecamatan Balung Kabupaten Jember)**

**SKRIPSI**

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat  
Untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1)  
dan mencapai gelar Sarjana Manajemen

Oleh :

**Moch Priyambudi Ramadhani**

**NIM. 14.1041.1277**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

**2018**

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

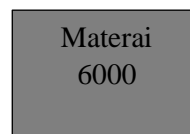
Nama : Moch Priyambudi Ramadhani  
NIM : 1410411277  
Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: Pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian Smaertphone Samsung Galaxy Studi Kasus Warga Desa Balung Lor Kecamatan Balung Kabupaten 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 2018

Yang menyatakan,



**Moch Priyambudi R**  
**NIM. 1410411277**

# SKRIPSI

## **PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE SAMSUNG GALAXY SERIES STUDI KASUS WARGA DESA BALUNG LOR KECAMATAN BALUNG KABUPATEN JEMBER**



Oleh:

Moch Priyambudi R  
NIM 1410411277

Pembimbing:

Dosen Pendamping Utama : Feti Fatimah. SE., MM

Dosen Pembimbing Pendamping : Achmad Hasan Hafidzi, SE., MM

## PENGESAHAN

Skripsi berjudul; Pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Galaxy Studi Kasus Warga Desa Balung Lor Kecamatan Balung Kabupaten Jember, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari :

Tanggal :

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,

**Drs. Anwar, Msc**  
**NPK 85 03 125**

Anggota 1,

Anggota 2,

**Feti Fatimah. SE, MM**  
**NPK 07 09 622**

**Achmad Hasan Hafidzi. SE,MM**  
**NPK 15 09 647**

Mengesahkan:

Dekan,

Ketua Jurusan,

**Dr. Arik Susbiyani, MSi**  
**NPK 01 09 289**

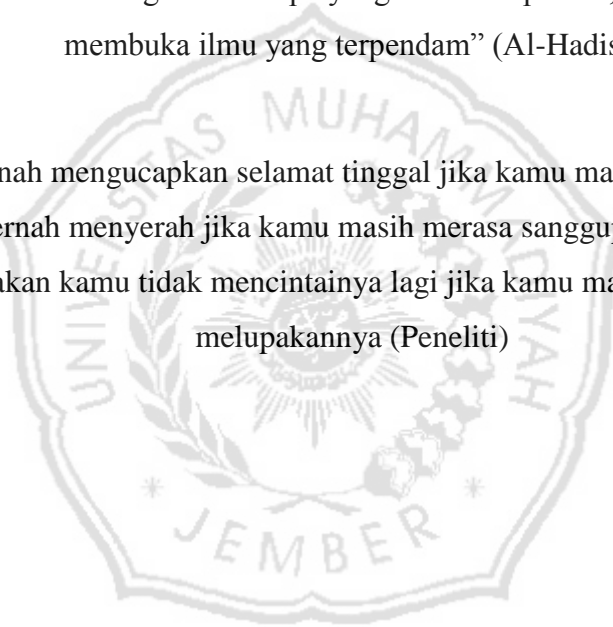
**Drs. Anwar, MSc**  
**NPK 85 03 125**

## MOTTO

“Bukti Ketakwaan adalah Bertawakal dengan baik terhadap apa yang Belum dicapai, merasa ridha terhadap apa yang belum diperoleh, Bersikap sabar terhadap apa yang luput diperoleh” (Al-Hadist)

“Barang siapa mau mengamalkan apa yang telah didapatkan, niscaya Allah akan membuka ilmu yang terpendam” (Al-Hadist)

Jangan pernah mengucapkan selamat tinggal jika kamu masih mau mencoba, jangan pernah menyerah jika kamu masih merasa sanggup, jangan pernah mengatakan kamu tidak mencintainya lagi jika kamu masih tidak dapat melupakannya (Peneliti)



## PERSEMBAHAN

“ALLAH SWT, YANG MAHA KUASA, TUHAN SEMESTA ALAM YANG SELALU MEMBERI SINAR PENERANG, SEBAGAI PENUNTUN JALAN HIDUP DALAM SETIAP HEMBUSAN NAFAS”

Karya yang sangat sederhana ini, kupersembahkan kepada orang-orang yang sangat aku cintai, benar-benar memiliki arti dalam perjalanan hidupku:

Dedicate to :

All My Sweety Family

My Wise Daddy ‘Bapak Mansur’ ... My Patient Mum ‘Ibunda Sri Puji Astutik’

Thank’ 2 Prayer 4 Me, Give Me everything that I want

U Know I’m obstinate, Thank’s care n teach me “What the Meaning about Life”

Now ... I’m Understand

Not Forget ... to My Little Young Sister “Nadia Humami Wulandari”

Thank’s Give Me spirit ... as be all my share ... U know all about my self ...

U very Funny ... I’m really Proud have sister like U

The Last ... To All My GrandPa and GrandMa

I hope U know I’m always longing U

Always ... Forever n Whenever

“Thank’s All”

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada konsumen *Smartphone* Samsung Galaxy Series, Warga Desa Balung Lor Kecamatan Balung Kabupaten Jember. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian di Desa Balung Lor Kecamatan Balung Kabupaten Jember. Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan alat bantu berupa wawancara, kuesioner dan studi pustaka terhadap 50 responden dengan teknik *nonprobability sampling*, yang bertujuan untuk mengetahui persepsi responden terhadap masing-masing variabel. Analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Dari hasil analisis menggunakan regresi dapat diketahui bahwa variabel desain produk, harga, fitur dan citra merek, semuanya berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Dari uji t diperoleh hasil desain produk, harga, fitur dan citra merek, semuanya berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dari uji F diperoleh hasil desain produk, harga, fitur dan citra merek, semuanya berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian.

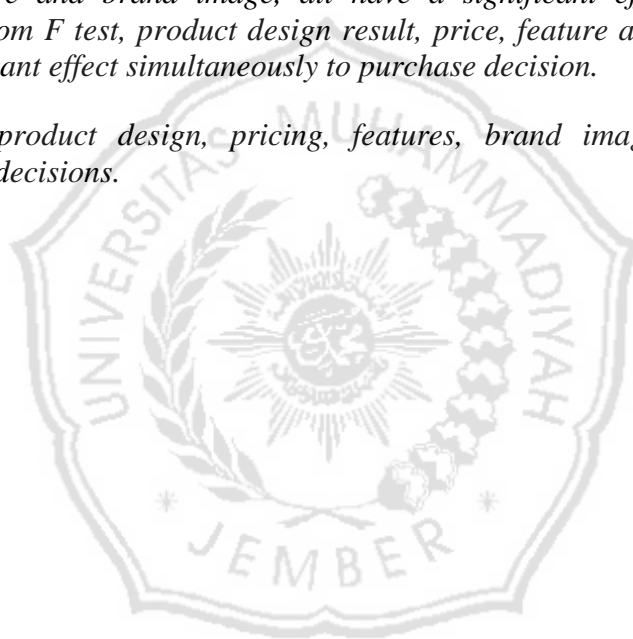
**Kata kunci:** desain produk, harga, fitur, citra merek dan keputusan pembelian.



## ABSTRACT

*This research was conducted on the consumer of Samsung Galaxy Series Smartphone, Balung Lor Village Residents Balung District Jember District. This study aims to determine the effect of product attributes on purchasing decisions in Balung Lor Village, Balung District, Jember District. In this research the data collected by means of aids in the form of interviews, questionnaires and literature studies on 50 respondents with nonprobability sampling technique, which aims to determine the perceptions of respondents to each variable. The analysis used is multiple linear regression analysis. From the analysis using regression can be seen that product design variables, prices, features and brand image, all positively affect the purchase decision. From t-test the result of product design, price, feature and brand image, all have a significant effect on purchasing decision. From F test, product design result, price, feature and brand image, all have significant effect simultaneously to purchase decision.*

**Keywords:** *product design, pricing, features, brand image and purchasing decisions.*





## 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 Smartphone Samsung Galaxy Studi Kasus Warga Desa Balung Lor Kecamatan Balung Kabupaten Jember”.

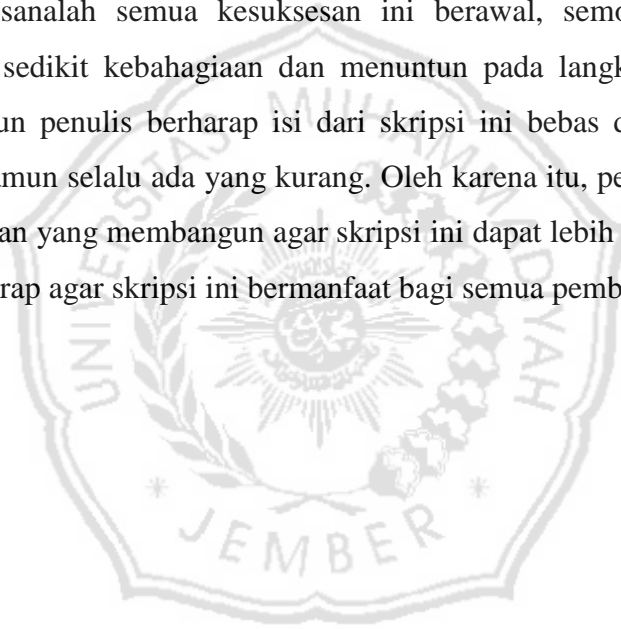
Maksud dan tujuan dari penulisan dan penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Ekonomi (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunannya, penulis memperoleh banyak bantuan dari berbagai pihak, karena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

1. Dr, Arik Susbiyani, MSi, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
2. Drs. Anwar, MSc, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember dan juga selaku penguji skripsi yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
3. Feti Fatimah. SE., MM, selaku dosen pembimbing I dan Achmad Hasan Hafidzi, SE., MM, selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
4. Seluruh Staf Pengajar/dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis, khususnya Staf Pengajar Jurusan Manajemen.
5. Kedua orang tua tercinta, untuk semua cinta yang mengagumkan, doa, integritas, dukungan, dan perhatiannya yang tak terbatas. Terimakasih untuk

segalanya, baru ini yang bisa saya persembahkan, semoga menjadi awal yang baik.

6. Saudara-saudaraku, atas dukungan dan doanya, semoga kalian sukses dalam menjalani hidup.
7. Teman-teman seperjuangan Prodi Manajemen angkatan 2014 yang telah memberikan semangat dan dukungan.
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 bisa 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, Juni 2018

Penyusun

Moch Priyambudi R

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERNYATAAN .....	ii
HALAMAN PEMBIMBINGAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN .....	vi
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
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 .....	8
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	8
1.3.2 Kegunaan Penelitian .....	9
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>10</b>
2.1 Landasan Teori .....	10
2.1.1 Pemasaran .....	10
2.1.2 Konsep Pemasaran .....	11
2.1.3 Perilaku Konsumen .....	12
2.1.4 Keputusan Pembelian .....	14
2.1.5 Konsep Atribut .....	16
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	23
2.3 Kerangka Konseptual .....	27
2.4 Hipotesis Penelitian .....	29
2.4.1 Hubungan Desain Produk dengan Keputusan Pembelian .....	29
2.4.2 Hubungan Harga dengan Keputusan Pembelian .....	30
2.4.3 Hubungan Fitur dengan Keputusan Pembelian .....	30
2.4.4 Hubungan citra merek dengan Keputusan Pembelian .....	31

2.4.5	Hubungan Desain produk, Harga, Fitur dan Citra merek dengan Keputusan Pembelian .....	31
<b>BAB 3</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
3.1	Identifikasi Variabel .....	33
3.2	Definisi Operasional Variabel .....	33
3.3	Desain Penelitian .....	36
3.4	Jenis data dan Sumber data .....	36
3.4.1	Data Primer .....	36
3.4.2	Data Sekunder .....	36
3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	36
3.6	Metode Pengambilan Sampel .....	37
3.6.1	Populasi .....	37
3.6.2	Sampel .....	37
3.6.3	Teknik Pengambilan Sampel .....	38
3.6.4	Kriteria Sampel .....	38
3.7	Skala Pengukuran .....	38
3.8	Uji Instrumen Pengumpulan Data .....	39
3.8.1	Uji Validitas .....	39
3.8.2	Uji Reliabilitas .....	39
3.9	Analisis Data .....	40
3.9.1	Analisis Deskriptif Statistik .....	40
3.9.2	Analisis Linier Berganda .....	40
3.9.3	Uji Asumsi Klasik .....	41
3.9.4	Uji Hipotesis .....	43
<b>BAB 4</b>	<b>HASIL DAN PENBAHASAN .....</b>	<b>45</b>
4.1	Hasil Penelitian .....	45
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	45
4.1.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan .....	45
4.1.1.2	Sejarah Perkembangan Smartphone Samsung .....	46
4.2	Analisis Deskriptif .....	47
4.2.1	Karakteristik Responden .....	47
4.2.2	Tabel Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Variabel .....	48
4.3	Hasil Analisis Data .....	57
4.3.1	Uji Instrumen Pengumpulan Data .....	57
4.3.1.1	Pengujian Validitas Data .....	57
4.3.1.2	Pengujian Reliabilitas Data .....	59
4.3.2	Analisis Regresi Linier Berganda .....	59

4.3.3 Uji Asumsi Klasik .....	61
4.3.3.1 Pengujian Normalitas .....	61
4.3.3.2 Pengujian Multikolinearitas .....	62
4.3.3.3 Pengujian Heteroskedastisitas .....	63
4.3.4 Uji Hipotesis .....	64
4.3.4.1 Uji t .....	64
4.3.4.2 Uji F .....	66
4.3.4.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	67
4.4 Pembahasan .....	67
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>71</b>
5.1 Kesimpulan .....	71
5.2 Saran .....	72
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>73</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1: Pangsa Pasar Smartphone Dunia Tahun 2016 Versi IDC .....	2
Tabel 2.1: Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu .....	25
Tabel 4.1: Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	48
Tabel 4.2: Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	48
Tabel 4.3: Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Desain Produk .....	49
Tabel 4.4: Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Harga .....	51
Tabel 4.5: Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Fitur .....	52
Tabel 4.6: Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Citra Merek .....	54
Tabel 4.7: Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Keputusan Pembelian .....	56
Tabel 4.8: Hasil Pengujian Validitas .....	58
Tabel 4.9: Hasil Pengujian Reliabilitas .....	59
Tabel 4.10: Analisis Regresi Linier Berganda .....	60
Tabel 4.11: Hasil Uji Multikolinearitas .....	63
Tabel 4.12: Hasil Uji t .....	65
Tabel 4.13: Hasil Uji F .....	66
Tabel 4.14: Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	67

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1: Data penjualan Smartphone di Indonesia .....	7
Gambar 2.1: Proses Pembelian Produk Konsumen .....	15
Gambar 2.2: Kerangka Konseptual .....	27
Gambar 4.1: Hasil Uji Normalitas .....	62
Gambar 4.2: Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	64



## DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN 1 : Pengantar Kuesioner
- LAMPIRAN 2 : Identitas Responden
- LAMPIRAN 3 : Pengisian Kuesioner
- LAMPIRAN 4 : Rekapitulasi Kuesioner
- LAMPIRAN 5 : Frekuensi Pernyataan Responden
- LAMPIRAN 6 : Hasil Uji Validitas
- LAMPIRAN 7 : Hasil Uji Reliabilitas
- LAMPIRAN 8 : Hasil Uji Regresi Linier Berganda
- LAMPIRAN 9 : Tabel  $r$  Product Moment, Tabel Distribusi F, dan Tabel Distribusi  $t$
- LAMPIRAN 10: Jurnal Terdahulu
- LAMPIRAN 11: Surat Ijin Penelitian
- LAMPIRAN 12: Dokumentasi



