



**ANALISIS ATRIBUT PRODUK YANG DIPERTIMBANGKAN DALAM
PEMBELIAN KARTU AXIS**

(Mahasiswa Prodi Manajemen 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 :

Ridho Illah Putra Satria

NIM 1410411278

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

2018

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ridho Illah Putra Satria

Nim : 1410411278

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : **ANALISIS ATRIBUT PRODUK YANG DIPERTIMBANGKAN DALAM PEMBELIAN KARTU AXIS (Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember)** adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan susbtansi 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 dimuka hukum, jika ternyata dikemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 14 Mei 2018

Yang menyatakan,

Ridho Illah Putra S

NIM. 1410411278

PERSETUJUAN SKRIPSI



**ANALISIS ATRIBUT PRODUK YANG DIPERTIMBANGKAN DALAM
PEMBELIAN KARTU AXIS**
(Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember)

Oleh :

Ridho Illah Putra Satria

NIM 1410411278

Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Drs.Anwar.Msc

Dosen Pembimbing Pendamping : Budi Santoso, SE, MM,M.Ak

PENGESAHAN

Skripsi berjudul ; analisis atribut produk yang dipertimbangkan dalam pembelian kartu axis (mahasiswa prodi manajemen universitas muhammadiyah jember), telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Hari : Senin

Tanggal : 14 Mei 2018

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji

Seno Sumowo, SE, MM

NPK 01 09 288

Anggota I,

Anggota II,

Drs.Anwar.Msc

NPK 85 03 125

Budi Santoso, SE, MM, M.Ak

NPK 10 03 711

Mengesahkan :

Dekan

Ketua Program Studi

Dr. Arik Susbiyani, M.Si.

NPK 01 09 289

Drs.Anwar.Msc

NPK 85 03 125

MOTTO

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai dari suatu urusan, kerjakanlah dengan sungguh-sungguh urusan yang lain.

(Q.S Al-Insyirah 6-7)

“Barangsiapa bersungguh-sungguh, sesungguhnya kesungguhannya itu adalah untuk dirinya sendiri.” (QS Al-Ankabut [29]: 6)



PERSEMBAHAN

Berkat rahmat dan hidayah dari Allah SWT yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang, Skripsi ini dipersembahkan kepada ;

1. Ayahanda Agus Triono yang senantiasa memberikan dorongan, dukungan dan motivasi.
2. Ibunda tercinta Lilis Prestiwati terimakasih atas limpahan doa dan kasih sayang yang tak terhingga dan selalu memberikan yang terbaik
3. Adikku Adinda Xaviera Putri Milenia terimakasih atas doa dan dukungannya.
4. Semangatku Kiki Dwi Fatmala, SE terimakasih atas doa, semangat serta dukungannya dalam mengerjakan skripsi,
5. Kedua dosen pembimbingku Bapak Drs.Anwar.Msc, selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Budi Santoso, SE, MM,M.Ak selaku Dosen Pembimbing II yang sudah membimbing saya dengan teliti dan sabar, terimakasih
6. Rekan atau kawanku seluruh manajemen 2014 F.E. –UMJ terutama manajemen kelas F.
7. Almamater yang aku banggakan UNIVERSITAS MUHAMMDIYAH JEMBER.

ABSTRAK

Penelitian ini adalah bertujuan mengetahui pengaruh kualitas (X1), fitur (X2), merek (X3) dan harga (X4) terhadap keputusan pembelian (Y). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Angkatan 2014 pengguna kartu telepon Axis. Data dalam penelitian ini dikumpulkan dengan alat bantu kuesioner terhadap 80 responden dengan menggunakan teknik purposive sampling. Teknik analisis data yang digunakan analisis regresi linier berganda. Hasil uji hipotesis didapat bahwa kualitas berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian, fitur tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian, merek berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian dan harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen. Variabel bebas yang terdiri dari kualitas fitur merek dan harga berpengaruh signifikan secara simultan terhadap terhadap variabel terikat keputusan pembelian

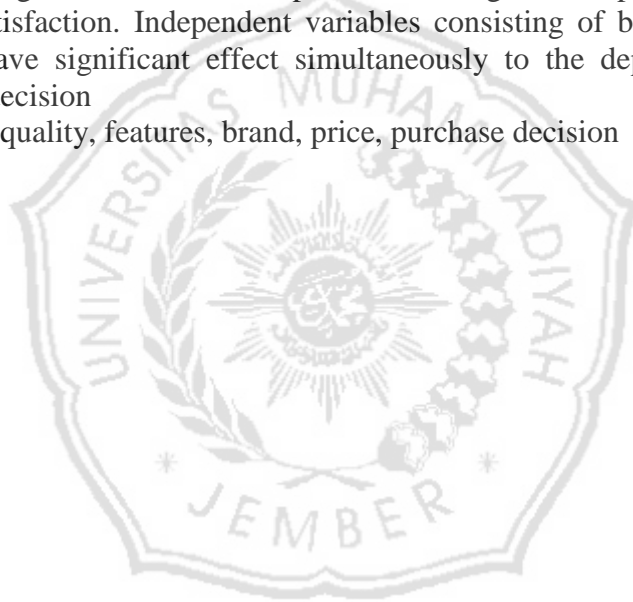
Kata kunci : kualitas, fitur, merek, harga, keputusan pembelian



ABSTRACT

This research is aimed to know the effect of quality (X1), feature (X2), brand (X3) and price (X4) on purchasing decision (Y). The population object in this study were students of Muhammadiyah University Jember Faculty of Economics management and business major Axis phone card users. The data in this study were collected by questionnaire tool to 80 respondents by using purposive sampling technique. Data analysis technique used multiple linear regression analysis. The result of hypothesis test shows that the quality has a significant effect partially to the purchasing decision, the feature has no significant effect partially to the purchasing decision, the brand has a significant effect partially to the purchasing decision and the price has a significant partial effect on the customer satisfaction. Independent variables consisting of brand feature quality and price have significant effect simultaneously to the dependent variable of purchasing decision

Keywords : quality, features, brand, price, purchase decision



KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT, atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya bagi penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan proses penyusunan skripsi dengan judul, “Analisis Atribut Produk Yang Dipertimbangkan Dalam Pembelian Kartu Axis (Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember)” yang merupakan salah satu prasyarat untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Muhammadiyah Jember.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari adanya kerjasama dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan segenap kerendahan hati pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak berikut:

1. Ibu Dr. Arik Susbiyani, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Bapak Drs. Anwar. Msc., selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Bapak Drs. Anwar. Msc, selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Budi Santoso, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing II yang perhatian dan sabar memberikan segenap waktu dan pemikiran, bimbingan, semangat, juga nasehat yang sangat bermanfaat sehingga terselesaikan skripsi ini.
4. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah membimbing sampai akhirnya penulis dapat menyelesaikan studi.
5. Ayahanda tercinta yang memberikan semangatnya.
6. Ibu tercinta yang memberikan segalanya untukku, ibu semangat hidup dan segalanya buat aku di dunia ini.
7. Teman-teman dan rekan atau kawanku seluruh manajemen 2014 F.E. – UMJ, terima kasih untuk doa dan bantuannya.
8. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan semua namanya yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baik karena keterbatasan ilmu yang dimiliki maupun kesalahan dari pihak pribadi. Demikian, semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi almamater tercinta, serta bagi setiap pembaca pada umumnya.

Jember, 14 Mei 2018

Penyusun



Ridho Illah Putra Satria

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN BIMBINGAN	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
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3.Tujuan Dan Kegunaan Penelitian	7
1.3.1 Tujuan Penelitian	7
1.3.2 Manfaat Penelitian	7
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Manajemen Pemasaran	8
2.1.2 Konsep Pemasaran	10
2.1.3 Perilaku Komsumen	11
2.1.4 Keputusan pembelian	16
2.1.5 Pengertian Atribut Produk	18
2.1.5.1 Unsur Atribut Produk	18

2.1.5.2 Pendekatan Atribut Produk.....	19
2.2 Penelitian Terdahulu	22
2.3 Kerangka Konseptual	23
2.4 Pengembangan Penelitian	24
BAB 3. METODE PENELITIAN	27
3.1 Identifikasi Variabel.....	27
3.2 Definisi Operasional Variabel	27
3.3 Desain Penelitian	30
3.4 Metode Pengambilan Sampel	31
3.4.1 Populasi	31
3.4.2 Sampel	31
3.4.3 Teknik Pengambilan sampel	32
3.5 Jenis dan Sumber Data	32
3.5.1 Data Sekunder	32
3.5.2 Data Primer	32
3.6 Teknik Pengumpulan Data	33
3.7 Skala Pengukuran	33
3.8 Uji Instrumen	34
3.8.1 Uji Validitas	34
3.8.2 Uji Realibilitas	34
3.9 Analisis Data	35
3.9.1 Analisi Deskriptif Statistik	35
3.9.2 Analisis Regresi Linier Berganda	35
3.9.3 Uji Asumsi Klasik	36
3.9.4 Uji Hipotesis	38
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Hasil Penelitian	41
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	41
4.1.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	41
4.1.1.2 Sejarah Perkembangan Smartphone Samsung	41
4.1.2 Karakteristik Responden	42

4.1.3 Uji Instrumen	44
4.1.3.1 Uji Validitas	44
4.1.3.2 Uji Reliabilitas	46
4.1.4 Analisis Data	46
4.1.4.1 Analisis Deskriptif Statistik	46
4.1.4.2 Analisis Regresi Linier Berganda	47
4.1.4.3 Uji Asumsi Klasik	49
4.1.4.4 Uji Hipotesis	53
4.2 Pembahasan	56
4.2.1 Pengaruh Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian.....	57
4.2.2 Pengaruh Fitur Terhadap Keputusan Pembelian	58
4.2.3 Pengaruh Merek terhadap Keputusan Pembelian	59
4.2.4 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	60
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	61
5.1 Kesimpulan	61
5.2 Saran	62
5.3 Rekomendasi	62
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index (TBI) kartu seluler GSM diindonesia tahun 2016-2017.....	2
Tabel 1.2 Data Penggunaan Kartu Telepon di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen 2014 Universitas Muhammadiyah Jember.....	6
Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	22
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan jenis kelamin	43
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	43
Tabel 4.3 Karakteristik Responden lama penggunaan	44
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas	45
Tabel 4.5 Hasil Uji Realibilitas	46
Tabel 4.6 Hasil Analisis Deskriptif Statistik	47
Tabel 4.7 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	48
Tabel 4.8 Uji Multikolonieritas	52
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolonieritas	52
Tabel 4.10 Hasil Uji F	55
Tabel 4.11 Hasil Uji R2	56

-

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tahap-tahap proses keputusan pembelian	13
Gambar 2.2 Tahap-tahap antara Evaluasi Alternatif dan Keputusan Pembeli	15
Gambar 2.3 Kerangka Konsep Penelitian	23
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas.....	50
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas.....	51
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	53



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I. Kuesioner Penelitian

LAMPIRAN II. Hasil Rekapitulasi Jawaban Responden

LAMPIRAN III. Hasil Output SPSS Version 21.00

LAMPIRAN IV. Tabel r Product Moment, Tabel Distribusi t, dan Tabel Distribusi F



DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, Suri. 2016. *Pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian Kacang Garuda di Kota Langsa*. Langsa: Jurnal Manajemen dan Keuangan. Vol. 5 No. 2 November 2016
- Amir, M. Taufiq. 2005. *Dinamika Pemasaran Jelajahi dan Rasakan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Arifiyana, Widya Eka, Srikandi Kumadji, Dahlan Fanani. 2013. *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Ibu Rumah Tangga Perumahan Bumi Asri Sengkaling RW 05 Desa Mulyo Agung Kecamatan Dau Kabupaten Malang Pembeli Deterjen Rinso)*. Malang: Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol. 1 No. 2 April 2013.
- Bilson, Simamora. 2004. *Riset Pemasaran*, Jakarta, Gramedia Utama
- C.M Linggar Purnama. 2003. *Strategic Marketing Plan*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Dharmmesta, Basu Swastha, Handoko T. Hani. 2012. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama. BPFE, Yogyakarta.
- Ebert, Ronald J. & Ricky W. Griffin. 2006. *“Bisnis”*, Alih Bahasa Rd. Soemarnagara, Jakarta, Erlangga.
- Fandy, Tjiptono. 2007. *Strategi Pemasaran*. Edisi kedua, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Ferdinand, Augusti. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Edisi-2. Badan Penerbit
- Kotler, Philip. 2003. *Dasar-dasar pemasaran*. Jilid 1, Edisi Kesembilan, Jakarta, PT. Indeks Gramedia.
- Kotler dan Armstrong. (2004). *Prinsip-prinsip Marketing*. Edisi Ketujuh. Penerbit Salemba Empat, Jakarta
- Kotler, Philip. 2004. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, implementasi dan Kontrol, Edisi Sebelas*. Alih Bahasa, Hendra Teguh. Jakarta: Penerbit PT. Prenhallindo.
- Kotler, Philip. 2005, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 2, Edisi 12, PT., New Jersey
- Kotler, Philip and Garry Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

- Latan, Hengky. 2013. *Analisis Multivariat Teknik dan Aplikasi*. Bandung : Alfabet
- Prayitno., Duwi. 2010. *Paham Analisa Data Statistik Dengan SPSS*. MediaKom, Yogyakarta.
- Saladin, Djaslim. 2003. *Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran*, Cetakan ketiga, Bandung: Linda Karya
- Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasinya untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.
- Setyanto, Linggar Eka, Zainul Arifin, dan Sunarti. 2017. *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pembeli Apple Iphone pada Mahasiswa/Mahasiswi S1 Fakultas Ilmu Administrasi Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2013/2014 Universitas Brawijaya Malang)*. Malang: Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol. 46 No. 2 Mei 2017.
- Sugiyono. 2007 . *Metode Penelitian pedidikan pendekatan kuantitatif,kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung. : Alfabeta
- Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: alfabeta
- Swatha, Basu & Hani T. Handoko. 2013. *Manajmen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen. Edisi Pertama*. Yogyakarta: BPFE
- Umar, Husein. 2002. *Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi III. CV.Andi Offset, Yogyakarta.Tjiptono.
- Tjiptono, Fandy. 2010. *Strategi Pemasaran*. Edisi 2. Andi Offset, Yogyakarta.