

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK (Harga, Mutu dan Kemasan) TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN
SABUN MUKA MEREK "PONDS"
(STUDI KASUS FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS MERCU BUANA)**

SKRIPSI

Program Studi Manajemen

Nama : MUHAMAD ANWAR

NIM : 43107010005



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2011**

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK (Harga, Mutu dan Kemasan) TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN
SABUN MUKA MEREK "PONDS"
(STUDI KASUS FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS MERCU BUANA)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
SARJANA EKONOMI
Program Studi Manajemen – Strata 1

Nama : MUHAMAD ANWAR

NIM : 43107010005



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2011**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : MUHAMAD ANWAR

NIM : 43107010005

Program Studi : Manajemen S1

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta,

Tanda Tangan

(MUHAMAD ANWAR)

NIM : 43107010005

PENGESAHAN PEMBIMBING SKRIPSI

Nama : MUHAMAD ANWAR
NIM : 43107010005
Program Studi : Manajemen S1
Judul Skripsi : Pengaruh Atribut Produk (Harga, Mutu dan Kemasan) Terhadap
Keputusan Pembelian Sabun Muka Merek Ponds
(Studi Kasus Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana).
Tanggal Ujian Skripsi :

Disahkan Oleh:

Pembimbing

(Dr. Arisetyanto Nugroho, MM)

Tanggal :

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Program Studi Manajemen S-1

(Dr. Enny Ariyanto, M.Si)

(H. Arif Bowo Prayoga K. SE. MM)

LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Nama : MUHAMAD ANWAR
NIM : 43107010005
Program Studi : Manajemen S1
Judul Skripsi : Pengaruh Atribut Produk (Harga, Mutu dan Kemasan) Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Muka Merek Ponds (Studi Kasus Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana).
Tanggal Ujian Skripsi :

Disahkan Oleh:

Penguji I

(_____)
Tanggal :

Penguji II

(_____)
Tanggal :

Penguji III

(_____)
Tanggal :

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warohmatullahi Wabarakatuh

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT. Atas rahmat dan hidayah – Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan judul “PENGARUH ATRIBUT PRODUK (Harga, Mutu dan Kemasan) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SABUN MUKA MEREK PONDS, STUDI KASUS FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS MERCU BUANA”.

Penyusunan skripsi ini untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Mercu Buana.

Dalam menyusun skripsi ini, penulis telah mendapatkan petunjuk dan bimbingan dari berbagai pihak. Dengan hati yang tulus dan penghargaan yang setinggi – tingginya penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Yang maha kuasa ALLAH SWT, Emaku dan Babehku tersayang serta Abang Romli dan Kakak Nurhayati yang telah memberikan dukungan moral, semangat dan doa.
2. Dr. Arisetyanto Nugroho, MM, selaku Rektor Universitas Mercu Buana Jakarta dan dosen pembimbing skripsi saya yang telah memberikan banyak petunjuk dan saran dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Dr. Enny Ariyanto, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana Jakarta.
4. Bapak H. Arif Bowo Prayoga K, SE,MM selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi Mercu Buana Jakarta.

5. Seluruh staf pengajar dan karyawan Universitas Mercu Buana Jakarta yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan dan bantuan selama penulis mengikuti perkuliahan sampai terselesainya skripsi ini.
6. Kepada Abang saya Slamet Suryadi yang telah mendampingi di saat suka maupun duka dan telah banyak membantu dalam penulisan skripsi ini.
7. Kepada Saudaraku : Kakak Hasanah, Kakak Muhidah, Abang Romli, Kakak Nurhayati, Yang Tercinta Siti Hajarotun Nupus, yang tidak bisa disebutkan satu persatu terima kasih atas semangat dan kepeduliannya.
8. Kepada Teman-temanku : Syukur, Eko, Denis, Pasukan LIMBAT Mercu Buana, yang tidak bisa disebutkan satu persatu terima kasih atas semangat dan dukungannya.

Dalam penyusunan skripsi ini, saya selaku penulis menyadari dengan sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, baik dari segi isi maupun cara penulisan. Oleh karena itu dengan rendah hati dan terbuka, penulis menerima saran dan kritik yang sifatnya membangun dan bermanfaat untuk lebih baiknya skripsi ini di masa mendatang.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan rekan – rekan mahasiswa/i yang memerlukan.

Jakarta,

Penulis

Muhamad Anwar

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING SKRIPSI	iv
HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
ABSTRAK.....	xx

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Pembatasan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	6

BAB II LANDASAN TEORI

2.1	Perilaku Konsumen.....	7
2.1.1	Definisi Perilaku Konsumen.....	7
2.1.2	Proses Pengambilan Keputusan Konsumen.....	8
2.2	Hubungan Atribut Produk dan Keputusan Pembeli.....	11
2.3	Manajemen Pemasaran	12
2.3.1	Pengertian Pemasaran	12
2.4	Bauran Pemasaran.....	13
2.4.1	Pengertian Bauran Pemasaran.....	13
2.5	Produk.....	14
2.5.1	Pengertian Produk.....	14
2.6	Aspek Produk.....	15
2.6.1	Pengertian Aspek Produk.....	15
2.7	Atribut Produk	20
2.7.1	Pengertian Atribut Produk	21
2.7.2	Komponen Atribut Produk.....	22
2.8	Karangka Pikir Konseptual	26
2.9	Model Konsepsi	27
2.10	Model Hipotesis	28
2.11	Hipotesis	29

BAB III METODA PENELITIAN

3.1	Lokasi Penelitian.....	30
3.2	Jenis Penelitian.....	31
3.3	Populasi dan Sampel.....	31
3.3.1	Populasi.....	32
3.3.2	Sampel.....	33
3.3.3	Penentuan Besarnya Sampel.....	34
3.4	Rentang Waktu Data Penelitian.....	35
3.5	Sumber Data.....	35
3.6	Metode Pengumpulan Data.....	36
3.7	Definisi Operasionaln dan Pengukuran Variabel.....	37
3.8	Teknik Analisis Data.....	41
3.8.1	Uji Normalitas.....	41
3.8.2	Uji Validitas.....	42
3.8.3	Uji Reliabilitas.....	43
3.8.4	Analisis Regresi Berganda.....	44
3.8.5	Uji F.....	45
3.8.6	Uji t.....	46

BAB IV ANALISIS HASIL PENELITIAN

4.1	Analisis Pengaruh Atribut Produk (Harga, Mutu dan Kemasan) Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Muka Ponds	47
4.1.1	Karakteristik Responden.....	47
a.	Jenis Kelamin.....	47

b. Usia Responden	48
c. Besarnya Uang Saku Responden	49
d. Lama Responden Menggunakan Sabun Muka Ponds	49
e. Sumber Informasi Responden.....	50
f. Tempat Pembelian Sabun Muka Ponds	52
4.1.2 Tanggapan Responden	53
a. Harga (X_1)	53
1) Keterjangkauan Harga Produk Mempengaruhi Anda dalam Melakukan Pembelian Sabun Muka Ponds.....	53
2) Harga Jual Kembali Mempengaruhi Anda dalam Melakukan Pembelian Sabun Muka Ponds.....	54
b. Mutu (X_2).....	55
1) Pemahaman Terhadap Mutu Produk Mempengaruhi Anda dalam Melakukan Pembelian Sabun Muka Ponds	56
2) Kekuatan formula yang aman untuk kulit Melakukan Pembelian Sabun Muka Ponds	57
3) Keanekaragaman yang Ditawarkan Mempengaruhi Anda dalam Melakukan Pembelian Sabun Muka Ponds.....	58
c. Kemasan (X_3)	58
1) Bentuk Kemasan Mempengaruhi Anda dalam Melakukan Pembelian Sabun Muka Ponds.....	59

2) Desain Kemasan Mempengaruhi Anda dalam Melakukan Pembelian Sabun Muka Ponds.....	60
3) Warna Kemasan Mempengaruhi Anda dalam Melakukan Pembelian Sabun Muka Ponds.....	60
4) Ukuran Kemasan Mempengaruhi Anda dalam Melakukan Pembelian Sabun Muka Ponds.....	61
d. Keputusan Pembelian (Y)	62
1) Anda Membeli Sabun Muka Ponds Karena Kebutuhan	62
2) Pada Saat Anda Mencari Informasi Mengenai Sabun Muka Ponds Menjadi Salah Satu Merek yang Anda Cari Informasinya	63
3) Pada Saat Anda Menentukan Alternatif Merek Sabun Muka Ponds Menjadi Salah Satu Alternatif.....	64
4) Anda Memutuskan Merek Sabun Muka Ponds Sebagai Merek Pertama yang Dipertimbangkan Untuk Dibeli	65
5) Anda Merasa Puas Menggunakan Merek Sabun Muka Ponds dan Akan Melakukan Pembelian Kembali Merek tersebut.....	66
e. Rekapitulasi Karakteristik Responden.....	67
f. Rekapitulasi Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian	69
4.1.3 Uji Normalitas.....	70

4.1.4	Uji Validitas	71
a.	Harga (X_1)	71
b.	Mutu (X_2).....	72
c.	Kemasan (X_3)	72
d.	Keputusan Pembelian (Y)	73
4.1.5	Uji Reliabilitas	74
a.	Harga (X_1)	74
b.	Mutu (X_2).....	75
c.	Kemasan (X_3)	75
d.	Keputusan Pembelian (Y)	76
4.1.6	Uji Regresi Berganda	77
4.2	Analisis Pengaruh Atribut Produk (Harga, Mutu dan Kemasan) Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Muka Ponds ..	79
4.3	Analisis Atribut Produk (Harga, Mutu dan Kemasan) yang Dominan Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Muka Ponds	81

BAB V . SIMPULAN DAN SARAN

5.1	Simpulan	82
5.2	Saran.....	83

DAFTAR PUSTAKA	84
----------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul Tabel	Halaman
3.1	Jumlah mahasiswa Terdaftar Aktif S-1 regular fakultas Ekonomi Mercu Buana Jakarta.....	32
3.2	Banyaknya Responden Berdasarkan Jurusan	34
3.3	Definisi Operasional dan Indikator Variabel.....	38
3.4	Kriteria Indeks Koefisien Reliabilitas	40
4.1	Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
4.2	Jumlah Responden Berdasarkan Usia	46
4.3	Jumlah Responden Berdasarkan Uang Saku	47
4.4	Lama Responden Menggunakan Sabun Muka Ponds	48
4.5	Sumber Informasi Responden	49
4.6	Tempat Pembelian Sabun Muka Ponds.....	50
4.7	Tanggapan Responden Mengenai Keterjangkauan Harga Produk Mempengaruhi Anda dalam Melakukan Pembelian Sabun Muka Ponds	51
4.8	Tanggapan Responden Mengenai Harga Jual Kembali Mempengaruhi Anda dalam Melakukan Pembelian Sabun Muka Ponds	52
4.10	Tanggapan Responden Mengenai Pemahaman Mutu Produk Mempengaruhi Anda dalam Melakukan Pembelian Sabun Muka Ponds.....	53
4.11	Tanggapan Responden Mengenai Kekuatan formula tang aman untuk kulit Mempengaruhi Anda dalam Melakukan Pembelian Sabun Muka Ponds	54

4.12	Tanggapan Responden Mengenai Keanekaragaman yang Ditawarkan Mempengaruhi Anda dalam Melakukan Pembelian Sabun Muka Ponds	55
4.13	Tanggapan Responden Mengenai Bentuk Kemasan Mempengaruhi Anda dalam Melakukan Pembelian Sabun Muka Ponds	56
4.14	Tanggapan Responden Mengenai Desain Kemasan Mempengaruhi Anda dalam Melakukan Pembelian Sabun Muka Ponds	57
4.15	Tanggapan Responden Mengenai Warna Kemasan Mempengaruhi Anda dalam Melakukan Pembelian Sabun Muka Ponds	58
4.16	Tanggapan Responden Mengenai Ukuran Kemasan Mempengaruhi Anda dalam Melakukan Pembelian Sabun Muka Ponds	59
4.17	Tanggapan Responden Mengenai Anda Membeli Sabun Muka Ponds Karena Kebutuhan.....	60
4.18	Tanggapan Responden Mengenai Pada Saat Anda Mencari Informasi Mengenai Sabun Muka Ponds Menjadi Salah Satu Merek yang Anda Cari Informasinya.....	61
4.19	Tanggapan Responden Mengenai Pada Saat Anda Menentukan Alternatif Merek Sabun Muka Ponds Menjadi Salah Satu Alternatif	62
4.20	Tanggapan Responden Mengenai Anda Memutuskan Merek Sabun Muka Ponds Sebagai Merek Pertama yang Dipertimbangkan Untuk Dibeli ...	63
4.21	Tanggapan Responden Mengenai Anda Merasa Puas Menggunakan Merek Sabun Muka Ponds dan Akan Melakukan Pembelian Kembali Merek tersebut	64
4.22	Rekapitulasi Karakteristik Responden	65

4.23	Rekapitulasi Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian..	66
4.24	Hasil Uji Normalitas.....	69
4.25	Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X_1)	70
4.26	Hasil Uji Validitas Variabel Mutu (X_2)	72
4.27	Hasil Uji Validitas Variabel Kemasan (X_3)	73
4.28	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	74
4.29	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga (X_1)	75
4.30	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Mutu (X_2)	76
4.31	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kemasan (X_3).	76
4.32	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	77
4.33	Koefisien Determinasi dan Koefisien Korelasi	78
4.34	Anova	79
4.35	<i>Coefficients</i>	80
4.36	Model Summary (X_1 , X_2 dan X_3)	81

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Proses Pembelian Model Lima Tahap	8
2.2 3 Aspek Produk.....	16
2.3 Kerangka Pikir Konseptual	27
2.4 Model Konsepsi.	28
2.5 Model Hipotesis.....	28

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	1	Kuesioner
Lampiran	2	Daftar Pertanyaan Kuesioner
Lampiran	3	Tabulasi Data
Lampiran	4	Distribusi Frekuensi
Lampiran	5	Uji Normalitas
Lampiran	6	Uji Validitas
Lampiran	7	Uji Reliabilitas
Lampiran	8	Uji Regresi Berganda
Lampiran	9	R Square Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian