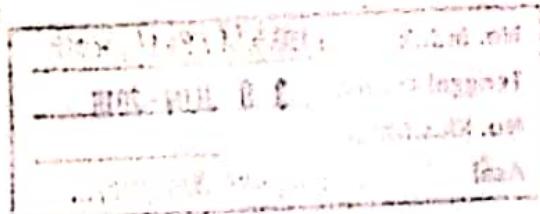


30 JUN 2016



**"Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan  
Konsumen Dalam Membeli Pop Mie  
(Studi Pada Konsumen di  
Kelurahan Sananwetan Kota Blitar)".**

## **SKRIPSI**

Diajukan Guna Melengkapi Sebagian Syarat  
Dalam mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1)



Di Susun Oleh :

**Nama : Ainul Rohmah**  
**NIM : 06121002**  
**Pembimbing : Rony Ika Setiawan., SE, MM**

**JURUSAN MANAJEMEN**  
**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI KESUMA NEGARA**  
**(STIEKEN) BLITAR**  
**2010**

## **LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini dosen pembimbing dari :

N a m a : Ainul Rohmah  
NIM : 06121002  
Jurusan : Manajemen  
Program Studi : Manajemen  
Judul Skripsi :

**"Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Pop Mie(Studi Pada Konsumen di Kelurahan Sananwetan Kota Blitar)".**

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini telah melalui proses bimbingan sejak tanggal 17 Mei 2010 sampai dengan 06 Juli 2010 dan memberikan persetujuan atas skripsi ini untuk di uji di depan dewan pengaji skripsi

Demikian, persetujuan ini di berikan sebagai syarat untuk mengikuti Ujian Komprehensif bagi mahasiswa yang tersebut diatas.

Blitar 06 Juli 2010  
Pembimbing,

Rony Ika Setiawan, SE.,MM

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan Judul :

"Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Pop Mie(Studi Pada Konsumen di Kelurahan Sananwetan Kota Blitar)".

Di Susun Oleh :

Nama : Ainul Rohmah  
NIM : 06121002  
Jurusan : Manajemen  
Program Studi : Manajemen

Telah diuji dan dinyatakan lulus pada 9 Agustus 2010

### SUSUNAN DEWAN PENGUJI

No	NAMA	KEDUDUKAN	TANDA TANGAN
1.	Dr. H.S. Soetrisno, MM	Penguji I	
2.	Iwan Setya Putra SE,MM,Ak	Penguji II	
3.	Rony Ika Setiawan, SE, MM	Penguji III	

Mengetahui,

Pembimbing,

(Rony Ika Setiawan, SE.,MM)



Ketua Program Studi,

(Aris Sunandes, SE., MM)

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini dosen pembimbing dari :

Nama : Ainul Rehmah  
NIM : 06121002  
Jurusan : Manajemen  
Program Studi : Manajemen  
Judul Skripsi

"Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Pop Mie(Studi Pada Konsumen di Kelurahan Sananwetan Kota Blitar)".

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan skripsi ini yang telah saya buat ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya.

Apabila dikemudian hari hasil penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakkan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Blitar

Demikian, pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

Blitar 06 Juli 2010  
Penulis,



## ABSTRAKSI

### PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI POP MIE (Studi Pada Konsumen di Kelurahan Sananwetan Kota Blitar).

AINUL ROHMAH - 06121002

**Kata kunci:** atribut produk, keputusan konsumen.

Pemasaran modern menuntut perusahaan untuk memasarkan produknya dengan baik, salah satunya adalah dengan merancang atribut produk dengan sebaiknya. Atribut produk yang dibuat haruslah diorientasikan pada kebutuhan dan keinginan konsumen. Jadi, seluruh kegiatan pemasaran harus selalu diorientasikan pada kebutuhan dan keinginan konsumen, yang selanjutnya dijadikan pedoman dalam penyusunan serangkaian strategi mulai dari perancangan sampai pada pengemasan produk sebaik mungkin. Kemudian menetapkan harga yang menarik atas produk tersebut dan berakhir dengan usaha meyakinkan konsumen bahwa produk yang dibuat atas dasar kebutuhan dan keinginan konsumen dengan memberikan kualitas dan manfaat maksimal. Kemampuan manajemen untuk meletakkan posisi produk melalui atribut produk yang dimiliki secara tepat di pasar merupakan salah satu faktor penentu kesuksesan suatu produk di pasaran. Penelitian ini adalah ingin mengetahui apakah atribut produk tersebut mampu mempengaruhi keputusan konsumen, khususnya di Kelurahan Sananwetan Kota Blitar dalam membeli pop mie.

Variabel yang diangkat dalam penelitian ini adalah variabel bebas dimensi atribut produk ( $X$ ) yang terdiri dari merek ( $X_1$ ), mutu ( $X_2$ ), kemasan ( $X_3$ ), dan rasa ( $X_4$ ) serta variabel terikatnya adalah keputusan pembelian ( $Y$ ). Untuk mengetahui atribut produk terhadap keputusan konsumen dengan cara menggali informasi dari para konsumen atau pengonsumsi pop mie malalui pengisian angket atau kuisioner dan pertanyaan terbuka.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi berganda (*Multiple Regression*) dengan uji hipotesis menggunakan uji t dan uji F. Populasi sebanyak 153 orang yang berada di jln. Kalimantan 41 orang, jln. Imam Bonjol 49 orang, dan jln. Mojopahit 63 orang. Sampel sebanyak 110 orang. Sedangkan teknik pengambilan sampel dilakukan secara *Purposive Sample*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif. Berdasarkan hubungan yang terjadi maka: (1) nilai  $a_1 = 0,238$ ; nilai  $t = 2,050$  dan nilai signifikansi  $t = 0,043$  SE = 16% membuktikan bahwa pengaruh variabel bebas  $X_1$  (merek) terhadap variabel terikat  $Y$  (keputusan pembelian) signifikan atau dapat dipercaya, (2) nilai  $a_2 = 0,220$ ; nilai  $t = 2,090$  dan nilai signifikansi  $t = 0,039$  SE = 19,4% membuktikan bahwa pengaruh variabel bebas  $X_2$  (mutu) terhadap variabel terikat  $Y$  (keputusan pembelian) signifikan atau dapat dipercaya, (3) nilai  $a_3 = 0,401$ ; nilai  $t = 3,505$  dan nilai signifikansi  $t = 0,001$  SE = 23,9% membuktikan bahwa pengaruh variabel bebas  $X_3$  (kemasan) terhadap variabel terikat  $Y$  (keputusan pembelian) signifikan atau dapat dipercaya, (4) nilai  $a_4 = 0,498$ ; nilai  $t = 5,117$  dan nilai signifikansi  $t = 0,000$  SE = 32,3% membuktikan bahwa pengaruh variabel bebas  $X_4$  (rasa) terhadap variabel terikat  $Y$  (keputusan pembelian) signifikan atau dapat dipercaya.

Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini ada pengaruh yang signifikan antara merek ( $X_1$ ), mutu ( $X_2$ ), kemasan ( $X_3$ ), dan rasa ( $X_4$ ) secara parsial dan simultan terhadap keputusan konsumen telah terbukti.

Saran yang dapat dikemukakan berkaitan dengan temuan yang diperoleh selama melaksanakan penelitian ini adalah: (1) Dari hasil perhitungan analisis, mutu merupakan atribut produk yang paling berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli Pop Mic. Sehingga hendaknya produsen meningkatkan dan mempertahankan kualitasnya supaya konsumen merasa puas dan kemudian akan mengkonsumsi atau melakukan pembelian ulang produk tersebut. Karena kepuasan konsumen berkaitan erat dengan mutu suatu produk termasuk didalamnya keawetan, keandalan, ketepatan, kemudahan dipergunakan dan sebagainya. (2) Produsen sebaiknya selalu memberikan produk yang baik mutunya dengan harga yang terjangkau dan tetap berkualitas. (3) Karena rasa merupakan produk yang nilai sumbangannya efektifnya tinggi setelah mutu, maka produsen Pop Mic hendaknya inovatif dalam menciptakan variasi rasa yang baru, sehingga konsumen tidak merasa bosan dengan rasa yang sama dengan produk lain yang sejenis. (4) Hendaknya produsen Mic Pop menambahkan bumbu sebagai pelengkap seperti sayur/bakso dalam keadaan kering didalam kemasan. (5) Porsi dari Pop Mic sebaiknya ditambahkan (porsi jumbo) karena terkadang porsi biasa tidak cukup. (6) Sebelum dikemas sebaiknya periksa lagi bumbu pelengkap lainnya. Karena terkadang bumbu belum semuanya masuk ke dalam kemasan. (7) Kemasan Pop Mic diubah dan dibuat lebih menarik untuk membedakan dengan produk lain yang sejenis serta membuat ukuran kemasan yang lain (kecil dan besar). (8) Untuk penelitian selanjutnya sebaiknya menggunakan variabel penelitian yang lebih banyak dengan melibatkan konsumen yang lebih luas agar mendapatkan hasil penelitian yang lebih signifikan.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah habib bil 'alamin puji syukur kehadiran Allah SWT, atas limpahan nikmat, rahmat serta taufik dan hidayahnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul " Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Konsumen Dalam membeli Pop Mie ( Study Pada Konsumen di Kelurahan Sananwetan Kota Blitar) . Adapun skripsi ini disusun sebagai wahana untuk menerapkan pengetahuan yang diperoleh di bangku kuliah juga dimaksudkan untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan program sarjana pada jurusan Manajemen di STIEKEN Blitar.

Atas terselesaikannya Tugas Akhir ini, penulis menyampaikan ucapan banyak terimakasih kepada semua pihak yang memberikan bantuan dengan sukarela dan ikhlas hingga tersusunya Tugas Akhir ini, khususnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H.M Pudjihardjo,SE, MS selaku Ketua STIEKEN Blitar
2. Bapak Aris Sunandes SE, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen
3. Bapak Rony Ika Setyawan SE, MM selaku Dosen Pembimbing
4. Ibunda Martiah dan Ayahanda Syaiful Taslimi yang telah mendidik anakmu ini dengan sabar dan rasa kasih sayangmu. Semoga apa yang Dulu Bapak cita - citakan atas anakmu ini terkabul. Amien
5. Saudaraku tercinta Samsul Hidayat, Revita Fulyinti dan Hadis Rahmawati semoga kita semua kelak menjadi anak yang berbakti pada Ibu dan Bapa.
6. Teman - teman seperjuangan yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu,semoga tujuan kita kan tercapai.
7. Seorang manusia bisa yang mempunyai satu cinta luar biasa buat penulis

Penulis merasa sebagai "seorang manusia biasa " pastilah dalam menyusun karya ilmiah ini masih banyak kekurangannya, maka penulis mengharapkan masukan- masukan yang bermanfaat. Dan terakhir penulis sangat berharap supaya karya ilmiah ini bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

Blitar, 06 Juli 2010

Penulis

## DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN .....	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAKSI .....	vi
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR TABEL .....	xi
 <b>BAB I : PENDAHULUAN .....</b>	 1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Kegunaan Penelitian .....	6
 <b>BAB II: KAJIAN PUSTAKA .....</b>	 8
A. Penelitian Terdahulu.....	8
B. Kajian Teori .....	9
1.Produk .....	9
2.Atribut Produk .....	10
C. Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian.....	19
1.Perilaku Konsumen .....	19
2.Tipe-tipe Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen.....	20
3.Peran Pembeli.....	21
4.Proses Keputusan Pembelian.....	22
5.Proses Pengambilan Keputusan Konsumen .....	25
6.Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	29

<b>D. Hipotesis Penelitian .....</b>	<b>30</b>
<b>BAB III : METODE PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
A. Definisi Operasional Variabel .....	31
1. Variabel Independen .....	31
2. Variabel Dependen .....	32
B. Populasi dan Sampel.....	32
1. Populasi.....	32
2. Sampel .....	33
C. Jenis Penelitian .....	34
D. Metode Pengumpulan Data.....	35
1. Sumber Data .....	35
2. Teknik Pengumpulan Data.....	35
E. Teknik Analisa Data .....	36
1. Uji Validitas .....	36
2. Uji Reliabilitas .....	37
3. Regresi Linear Berganda .....	37
4. Pengujian Hipotesis dengan Uji T dan Uji F.....	38
F. Lokasi Penelitian .....	39
<b>BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>40</b>
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	40
1. Merek .....	40
2. Kemasan .....	42
3. Rasa.....	44
4. Mutu .....	46
5. Keputusan Pembelian.....	48
B. Hasil Pengujian Data .....	50
1. Pengaruh Merek Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Pop Mie.....	50

2. Pengaruh Kemasan Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Pop Mie .....	50
3. Pengaruh Rasa Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Pop Mie .....	51
4. Pengaruh Merek Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Pop Mie .....	52
5. Pengaruh Atribut Produk Secara Simultan Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Pop Mie.....	52
6. Atribut Produk yang Paling Berpengaruh Dominan Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Pop Mie ....	54
C. Pembahasan .....	56
1. Atribut Produk Pop Mie .....	56
2. Keputusan Pembelian .....	56
3. Pengaruh Atribut Produk Secara Parsial Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Pop Mie .....	57
 <b>BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	62
A. Kesimpulan .....	62
B. Saran .....	63
 <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	65
 <b>KUISIONER</b>	

## **DAFTAR GAMBAR**

	Hal
Gambar 1: Histogram Distribusi Frekuensi Merek .....	41
Gambar 2 : Histogram Distribusi Frekuensi Kemasan .....	43
Gambar 3 : Histogram Distribusi Frekuensi Rasa.....	45
Gambar 4 : Histogram Distribusi Frekuensi Mutu.....	47
Gambar 5 : Histogram Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian .....	49

## **DAFTAR TABEL**

	Hal
Tabel 1 : Distribusi Frekuensi Merek.....	41
Tabel 2 : Distribusi Frekuensi Kemasan .....	43
Tabel 3 : Distribusi Frekuensi Rasa .....	45
Tabel 4 : Distribusi Frekuensi Mutu .....	46
Tabel 5 : Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian .....	48
Tabel 6 : Ringkasan Hasil Analisis .....	53
Tabel 7 : Distribusi Sumbangan Efektif dan Relatif Variabel Bebas.....	73