

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN  
KONSUMEN DALAM PEMBELIAN BUKU TULIS  
DI KALANGAN PELAJAR SMA  
DI YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**



Oleh

Nama : Dewi Hartati Sulistyawati  
Nomor Mahasiswa : 00311427  
Program Studi : Manajemen  
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
FAKULTAS EKONOMI  
YOGYAKARTA**

**2004**

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN  
KONSUMEN DALAM PEMBELIAN BUKU TULIS  
DI KALANGAN PELAJAR SMA  
DI YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna  
memperoleh gelar Sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen,  
Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia



Oleh

Nama : Dewi Hartati Sulistyawati  
Nomor Mahasiswa : 00311427  
Program Studi : Manajemen  
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
FAKULTAS EKONOMI  
YOGYAKARTA**

2004

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, Maret 2004

Penulis,

Dewi Hartati Sulistyawati

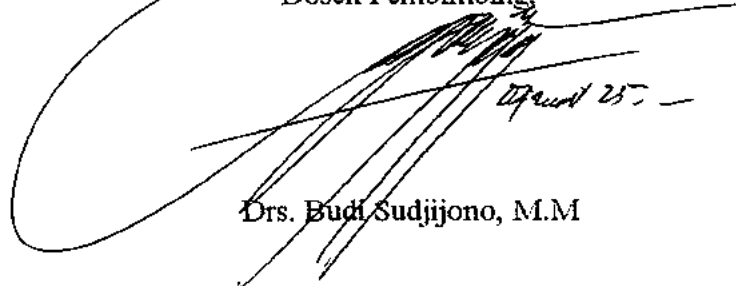
**Pengaruh Atribut Produk**  
**terhadap Keputusan Konsumen dalam Pembelian Buku Tulis**  
**di Kalangan Pelajar SMA di Yogyakarta**

Nama : Dewi Hartati Sulistyawati  
Nomor Mahasiswa : 00311427  
Program Studi : Manajemen  
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

Yogyakarta, 25 Maret 2004

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,

A large, stylized handwritten signature in black ink, written over a horizontal line. The signature is cursive and appears to read 'Budi Sudijono'.

Drs. Budi Sudijono, M.M

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI**

**SKRIPSI BERJUDUL**

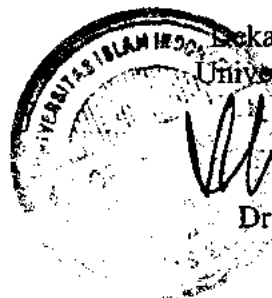
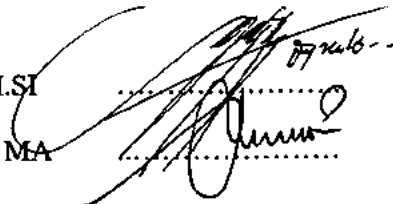
**PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM  
PEMBELIAN BUKU TULIS DIKALANGAN PELAJAR SMA DI YOGYAKARTA**

**Disusun Oleh: DEWI HARTATI SULISTYAWATI  
Nomor mahasiswa: 00311427**

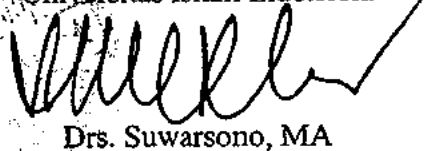
Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**  
Pada tanggal : 15 Mei 2004

Penguji/Pemb. Skripsi : DRS. BUDI SUDJIJONO, M.SI

Penguji : DRS. AKHMAD MUHADI, MA



Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Islam Indonesia



Drs. Suwarsono, MA

## MOTTO

1. Maka sesungguhnya beserta kesukaran ada kemudahan; Sesungguhnya beserta kesukaran ada kemudahan; Maka apabila engkau telah selesai dari suatu urusan, maka kerjakanlah urusan yang lain dengan sungguh-sungguh; Dan hanya kepada Tuhanmu hendaklah engkau berharap.

(QS AL-INSYIRAAH: 5-8)

2. Allah memberikan hikmah kepada siapa yang dikehendaki-Nya. Dan barang siapa yang diberi hikmah, maka sungguh telah diberi kebajikan yang banyak. Dan tidak ada yang dapat mengambil pelajaran melainkan orang-orang yang berakal.

(QS. AL-BAQARAH: 269)

Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Bapak (dalam kenangan) terima kasih, saya merasa bapak selalu menemaniku
2. Ibu yang selalu membuat aku tetap tegar dalam menghadapi segala cobaan
3. Mas Bima, mbak Endang, mbak Yayuk, mbak Susi terima kasih atas segala dukungannya
4. Kakak Dio, mbak Maya, dan adik Yasmine makasih, kalian telah banyak menghiburku
5. Sahabatku: Mila, Nanie, Uik, yang sudah bersedia mendengarkan keluh-kesahku selama ini.

## ABSTRAK

Perusahaan pada umumnya menginginkan bahwa pelanggan yang diciptakan dapat dipertahankan selamanya. Ini bukan tugas yang mudah mengingat perubahan-perubahan dapat terjadi setiap saat, baik perubahan pada diri pelanggan seperti selera maupun aspek-aspek psikologis, sosial, dan kultural pelanggan. Meskipun perusahaan sudah memiliki segmen pelanggan yang dianggap loyal, perusahaan tetap perlu memberikan perhatian tentang loyalitas pelanggan agar tidak terjadi perpindahan merek. Tekanan-tekanan persaingan yang mengarah pada perubahan loyalitas pelanggan juga tidak dapat diabaikan. Loyalitas pelanggan biasanya ditujukan pada obyek tertentu. Obyek yang dimaksud adalah merek atau atribut lain yang melekat pada produk. Merek dianggap lebih lazim dan lebih banyak menjadi obyek loyal karena dianggap sebagai identitas produk atau perusahaan yang lebih mudah dikenali oleh pelanggan. Menurut penelitian yang ada, pelanggan menggunakan merek sebagai obyek loyal. Konsumen akan menjadi loyal pada merek-merek berkualitas tinggi jika produk-produk itu ditawarkan dengan harga yang wajar.

Dari hasil analisis regresi berganda diketahui bahwa atribut produk berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen dalam pembelian buku tulis. Hasil uji t terhadap nilai koefisien regresi menunjukkan bahwa atribut produk buku tulis mempunyai pengaruh secara parsial terhadap keputusan konsumen dalam pembelian buku tulis. Hasil uji F terhadap nilai koefisien regresi menunjukkan bahwa atribut produk buku tulis mempunyai pengaruh secara serentak terhadap keputusan konsumen dalam pembelian buku tulis. Dari hasil analisis korelasi parsial menunjukkan bahwa variabel merek merupakan atribut produk yang paling berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam pembelian buku tulis, pada saat variabel harga dan kualitas dianggap konstan. Hasil analisis korelasi serentak menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi tersebut merupakan nilai yang sebenarnya dan menunjukkan adanya hubungan antara atribut produk terhadap keputusan konsumen.

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, atas segala rahmat dan hidayah serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul " Pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Konsumen dalam Pembelian Buku Tulis di Kalangan Pelajar SMA di Yogyakarta".

Persiapan, perencanaan, dan pelaksanaan hingga terselesaikannya penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang berupa moral maupun material. Tidak ada sesuatu yang dapat melukiskan kebahagiaan penulis selain rasa syukur yang mendalam. Oleh karena itu dengan kerendahan hati dan ketulusan yang mendalam, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Luthfi Hasan, MS; selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Drs. H. Suwarsono Muhammad, MA; selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
3. Ibu Dra. Nur Fauziah, MM; selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Drs. Budi Sudjijono, MM; selaku Dosen Pembimbing.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, Maret 2004

Penulis



## DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Sampul Depan Skripsi .....	i
Halaman Judul Skripsi .....	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme .....	iii
Halaman Pengesahan Skripsi .....	iv
Halaman Pengesahan Ujian Skripsi .....	v
Halaman Motto dan Persembahan .....	vi
Abstrak .....	vii
Kata Pengantar .....	viii
Daftar Isi .....	ix
Daftar Tabel .....	xii
Daftar Gambar .....	xiii
Daftar Lampiran .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Batasan Masalah .....	4
1.4 Tujuan Penelitian .....	4
1.5 Manfaat Penelitian .....	5

<b>BAB II</b>	<b>KAJIAN PUSTAKA</b>	
2.1	Hasil Penelitian Terdahulu .....	6
2.2	Landasan Teori .....	21
2.3	Kerangka Teoritis .....	46
2.4	Hipotesis .....	47
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN</b>	
3.1	Lokasi Penelitian .....	48
3.2	Variabel Penelitian .....	48
3.3	Definisi Operasional Variabel .....	49
3.4	Metode Pengumpulan Data .....	50
3.5	Teknik Skala Pengukuran .....	51
3.6	Jenis Data .....	54
3.7	Populasi dan Sampel .....	55
3.8	Teknik Pengambilan Sampel .....	55
3.9	Metode Analisis Data .....	56
<b>BAB IV</b>	<b>ANALISA DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1	Uji Validitas .....	59
4.2	Uji Reliabilitas .....	63
4.3	Analisis Deskriptif .....	65
4.4	Analisis Statistik .....	68
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1	Kesimpulan .....	80
5.2	Saran.....	81

DAFTAR PUSTAKA .....	82
----------------------	----

LAMPIRAN-LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Matrik Pertanyaan Variabel Harga .....	53
2.2 Matrik Pertanyaan Variabel Kualitas .....	53
2.3 Matrik Pertanyaan Variabel Merek .....	54
2.4 Matrik Pertanyaan Variabel Keputusan Konsumen .....	54
4.1 Hasil Uji Validitas Butir Pertanyaan Variabel Harga .....	60
4.2 Hasil Uji Validitas Butir Pertanyaan Variabel Kualitas .....	61
4.3 Hasil Uji Validitas Butir Pertanyaan Variabel Merek .....	62
4.4 Hasil Uji Validitas Butir Pertanyaan Variabel Keputusan Konsumen .....	63
4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	66
4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan Orang Tua .....	67
4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Peringkat Kelas .....	68
4.8 Hasil Analisis Program SPSS 10.0 untuk Nilai Koefisien Regresi .....	69
4.9 Hasil Analisis Program SPSS 10.0 untuk Nilai t-hitung .....	71
4.10 Hasil Analisis Program SPSS 10.0 untuk Nilai F-hitung .....	75
4.11 Hasil Analisis Program SPSS 10.0 untuk Nilai Koefisien Parsial..	77
4.12 Hasil Analisis Program SPSS 10.0 untuk Nilai R dan $R^2$ .....	78

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Kerangka Teoritis .....	46
4.1 Daerah Penerimaan dan Penolakan $H_0$ pada Uji t untuk Variabel Harga terhadap Keputusan Konsumen.....	72
4.2 Daerah Penerimaan dan Penolakan $H_0$ pada Uji t untuk Variabel Kualitas terhadap Keputusan Konsumen.....	73
4.3 Daerah Penerimaan dan Penolakan $H_0$ pada Uji t untuk Variabel Merek terhadap Keputusan Konsumen.....	74
4.4 Daerah Penerimaan dan Penolakan $H_0$ pada Uji Koefisien Regresi Secara Serentak .....	76

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
I Lembar Kuesioner .....	84
II Tabulasi Data untuk N=30 .....	88
III Hasil Uji Validitas .....	93
IV Hasil Uji Reliabilitas .....	96
V Tabulasi Data untuk N=100 .....	99
VI Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	108
VII Tabel Statistik untuk t-tabel dan r-tabel .....	111
VIII Tabel Statistik untuk F-tabel .....	115