

**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

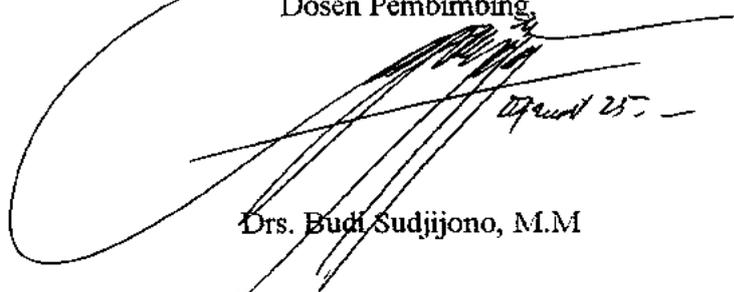
Pengaruh Atribut Produk
terhadap Keputusan Konsumen dalam Pembelian Buku Tulis
di Kalangan Pelajar SMA di Yogyakarta

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

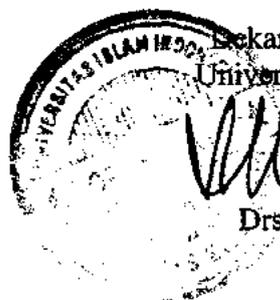
**PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM
PEMBELIAN BUKU TULIS DIKALANGAN PELAJAR SMA DI YOGYAKARTA**

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

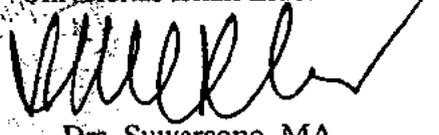
Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**
Pada tanggal : 15 Mei 2004

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

BAB II	KAJIAN PUSTAKA	
2.1	Hasil Penelitian Terdahulu	6
2.2	Landasan Teori	21
2.3	Kerangka Teoritis	46
2.4	Hipotesis	47
BAB III	METODE PENELITIAN	
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
BAB IV	ANALISA DAN PEMBAHASAN	
4.1	Uji Validitas	59
4.2	Uji Reliabilitas	63
4.3	Analisis Deskriptif	65
4.4	Analisis Statistik	68
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
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