

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN BAKPIA PATHOK "25" YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Ditulis Oleh

Nama : Puspa Rahayu
No.Mahasiswa : 99 311 368
Program Studi : Manajemen
Bidang Studi : Pemasaran

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2004

**Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Bakpia Pathok “ 25 “
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**

SKRIPSI



Oleh

Nama : Puspa Rahayu
No.Mahasiswa : 99 311 368
Program Studi : Manajemen
Bidang Studi : Pemasaran

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
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 dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku”

Jogjakarta, Oktober 2004

Penulis

Puspa Rahayu

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
BAKPLA PATHOK "25" YOGYAKARTA**

Nama : Puspa Rahayu
No.Mahasiswa : 99 311 368
Program studi : Manajemen
Bidang Studi : Pemasaran

Jogjakarta, Oktober 2004
Telah disetujui dan disahkan oleh
Dosen pembimbing



Sri Harjanti Dra., Hj. MM

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI
SKRIPSI BERJUDUL
PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN BAKPIA PATHOK "25" YOGYAKARTA

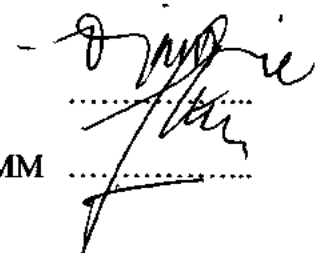
Disusun Oleh : PUSPA RAHAYU
Nomor Mahasiswa: 99 311 368

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada tanggal : 11 Maret 2004

Penguji/ Pemb .Skripsi : DRA. SRI HARDJATI, MM

Penguji : DRS. H. DJOKO OETOMO, MM



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia



Drs. H. Suwarsono, MA

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan terhadap keputusan pembelian Bakpia Pathok "25" di Jogjakarta, dengan judul "Pengaruh Atribut produk Terhadap keputusan Pembelian Bakpia Pathok " 25 " Jogiakarta.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh atribut produk secara simultan maupun sendiri-sendiri terhadap keputusan pembelian dan untuk mengetahui atribut mana yang paling dominan .

Hipotesa yang diambil oleh penulis adalah diduga adanya hubungan yang signifikan terhadap keputusan pembelian Bakpia Pathok "25" Jogjakarta, dan diduga harga merupakan atribut dominan yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

Sikap konsumen, terhadap atribut yang ditawarkan oleh produk Bakpia Pathok "25" adalah baik.

Kesimpulan dari peneliatian ini adalah variabel harga yang paling dominan terhadap keputusan pembelian, hal ini dikarenakan adanya sikap konsumen yang positif terhadap atribut yang ditawarkan oleh Bakpia Pathok "25" dengan demikian sebaiknya pihak manajemen lebih mempertahankan keempat atribut tersebut yaitu Harga, Rasa, Kemasan, dan Daya Tahan. Langkah yang harus selalu dilakukan adalah selalu meningkatkan kualitas dan diharapkan konsumen dapat memperoleh kepuasan.

HALAMAN PERSEMBAHAN

- ❖ ALLAH SWT Yang Maha Besar (yang telah memberikan Ridho-Nya hingga terselesaikannya tugas akhir ini).
- ❖ Kedua orang tua ku
Bapak, Mama tercinta, yang telah memberikan doa, semangat, nasehat, kasih sayang dan biaya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.
- ❖ Adikku Heri yang tersayang, tetep jadi anak yang baik dan sholeh ya, kakak sayang sama kamu.
- ❖ Buat Rofi tersayang, makasih atas ketulusan hatimu, yang dengan sabar selalu berdoa, memotivasi dan semuanya , tetep jadi yang terbaik untuk Dedek ya.
- ❖ Keluarga Besar M. Amien, Keluarga Besar Mbah Mitro, makasih ya atas doa dan nasehatnya.
- ❖ Keluarga Besar Burhanuddin AR, Mamak, Kaklong, Dedek Ilma, Bang Saul, Senna, Alonk Iwan dan Feby ku sayang, makasih ya atas dorongan dan doanya.
- ❖ Sahabat dan Keluarga ku : Hanief, Reni, Wulan, Anggie, Sigit, Popo, Alef, Hendro, Evi, Yayang, makasih ya atas suport dan bantuanya.

- ❖ Dan semua pihak dan rekan-rekan yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang juga telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Yogyakarta, Maret 2004

Penulis

Puspa Rahayu

MOTTO

- ❖ “Sesungguhnya ALLAH SWT tidak akan merubah nasib seseorang atau kaum/bangsa apabila seseorang atau kaum /bangsa itu tidak mau merubahnya sendiri, dan sesekali tidak ada pelindung bagi mereka sendiri”.

(Q.S. Arra'du : 11)

- ❖ “Setiap manusia hanya akan memetik buah hasil usahanya sendiri”

(Q.S. An-najm : 39)

- ❖ “Ilmu lebih baik dari harta, karena ilmu akan menjaga kamu dan semakin berkembang bila dimanfaatkan, sedangkan harta kamulah yang menjaganya dan akan habis bila dinafkahkan”.

(Ali Bin Abi Tholib r.a.)

- ❖ “Pelajarilah ilmu barang siapa mempelajarinya karena ALLAH SWT, itu taqwa. Menuntutnya itu ibadah. Mengulang-ngulangnya itu tasbih. Membahas itu jihat. Mengajarkan orang yang tidak tau itu ibadah. Memberikan kepada ahlinya itu mendekatkan diri kepada ALLAH SWT.

(A Busy Syarikh Ibnu Hibban dan Ibnu Abdy Basyr Ilya Al-Ghozali)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Asslamu'alaikum wr.wb.

Puji syukur atas kehadiran ALLAH SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul : “Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Bakpia Pathok “25” Yogyakarta”. Adapun tujuan penulisan skripsi ini untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan program studi tingkat sarjana pada jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis mendapat banyak bantuan dari berbagai pihak yang cukup besar artinya, untuk penulis menyampaikan rasa hormat, penghargaan dan terima kasih kepada :

1. Bapak Drs Suwarsono Muhammad, MA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak DRA.Sri Hardjanti,MM, Selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, saran, petunjuk dan pengarahan.
3. Bapak Arlen Sanjaya selaku pemilik perusahaan Bakpian Pathok “25” Jogjakarta atas kesediaannya memberikan ijin riset untuk penelitian skripsi ini.
4. Segenap Staf Pengajar Jurusan Teknik Informatika Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang telah banyak memberikan ilmu

pengetahuan dan mendidik penyusun selama menjalani pendidikan sehingga dapat menyelesaikan kuliah dengan baik.

5. Segenap Karyawan dan Karyawati Perpustakaan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis merasa Laporan ini masih banyak kekurangan dan kekeliruannya, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari para pembaca.

Akhir kata semoga laporan ini menjadi sumbangan yang bermanfaat bagi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

Wassalaamu'alaikum Wr.Wb.

Jogjakarta , Maret 2004

Penulis

Puspa Rahayu

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN SKRIPSI.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	v
ABSTRAK	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
HALAMAN MOTTO	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	4
1.3. Batasan Masalah	5
1.4. Tujuan Penelitian	7
1.5. Manfaat Penelitian	7
1.6. Hipotesa Penelitian	8

BAB II	LANDASAN TEORI	9
	2.1. Pengertian Pemasaran	9
	2.2. Konsep Pemasaran	10
	2.3. Sistem Pemasaran	12
	2.4. Prilaku Konsumen	13
	2.4.1 Pengertian Perilaku Konsumen	13
	2.4.2 Teori-Teori Perilaku Konsumen	14
	2.4.3 Model Perilaku Konsumen	14
	2.4.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	21
	2.4.4.1 Faktor Lingkungan Ekstern	21
	2.4.4.2 Faktor Lingkungan Intern	21
	2.5. Pengambilan Keputusan Pembelian	28
	2.5.1. Struktur Keputusan Membeli	28
	2.5.2. Tahap-Tahap Proses Pembelian	30
	2.6. Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran	34
	2.6.1 Strategi Segmentasi Pasar	35
	2.6.2 Penentuan Pasar Sasaran	37
	2.6.3 Strategi Marketing Mix	38
	2.7. Produk	40
	2.7.1 Pengertian Produk	40
	2.7.2 Atribut yang Ada Didalam Produk	41
	2.8. Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian	43

2.9. Hipotesis	44
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	45
3.1. Gambaran Umum Perusahaan	45
3.2. Lokasi Perusahaan	46
3.3. Struktur Organisasi Perusahaan	47
3.4. Tujuan Penelitian Perusahaan	41
3.5. Kegiatan Produksi	53
3.5.1 Hasil Produksi	53
3.5.2 Bahan Baku Yang Digunakan	53
3.5.3 Alat-Alat Produksi Yang Digunakan	53
3.5.4 Proses Produksi	54
3.6. Personalia	59
3.7. Pemasaran	60
3.7.1 Saluran Distribusi	60
3.7.2 Kegiatan Promosi	62
3.8. Variabel Penelitian	62
3.8.1 Variabel Independen	63
3.8.2 Variabel Dependen	63
3.9. Defenisi Operasional Variabel	63
3.10. Alat Pengambilan Data	65
3.11. Sumber Data	66
3.12. Metode Pengumpulan Data	67
3.13. Metode Pengumpulan Sampel	67

3.14. Uji Validitas dan Reabilitas	69
3.15. Metode Analisis Data	70
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	75
4.1. Uji Validitas dan Realibilitas	76
4.2. Analisis Deskriptif	78
4.2.1 Karakteristik Responden	79
4.2.2 Penilaian Konsumen Terhadap Atribut-Atribut Yang Dimiliki Bakpia Pathok "25"	85
4.2.3 Analisis Fishbein	92
4.3. Analisis Verifikatif	97
4.3.1 Pengujian Hipotesis	98
4.3.2 Faktor Dominan	113
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	114
5.1. Kesimpulan	114
5.2. Saran	115
DAFTAR PUSTAKA	117
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel

4.1. Rangkuman Hasil Uji Validitas Instrumen Pertanyaan Tentang Atribut Bakpia Pathok "25"	76
4.2. Ringkasan Hasil Pengujian Reliabilitas	78
4.3. Jenis Kelamin Responden	79
4.4. Usia Responden	80
4.5. Pendidikan Responden	82
4.6. Pekerjaan Responden	83
4.7. Pendapatan Responden	84
4.8. Penilaian Responden Berdasarkan Urutan Kepentingan	86
4.9. Penilaian Responden Mengenai Atribut Harga	87
4.10. Penilaian Responden Mengenai Atribut Rasa	89
4.11. Penilaian Responden Mengenai Atribut Kemasan	90
4.12. Penilaian Responden Mengenai Atribut Daya Tahan	91
4.13. Perhitungan Indeks Kepercayaan (b_i)	93
4.14. Perhitungan Indeks Evaluasi	94
4.15. Indeks Sikap Konsumen	96
4.16. Menentukan Interval Kelas Indeks Sikap	96
4.17. Krostab Hubungan jenis Kelamin dengan Atribut Produk	100
4.18. Krostab Hubungan Usia Responden dengan Atribut Produk	102

4.19. Krostab Hubungan Tingkat Penghasilan dengan Atribut Produk	105
4.20. Krostab Hubungan Jenis Pekerjaan Responden dengan Atribut Produk	108
4.21. Krostab Hubungan Tingkat Pendidikan Responden dengan Atribut Produk	111

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
3.1. Struktur Organisasi Perusahaan Bakpia Pathok “25 Yogyakarta	48
3.2. Skema Proses Produksi Perusahaan Bakpia Pathok “25” Yogyakarta ..	58
3.3. Saluran Distribusi Perusahaan Bakpia Pathok “25” Yogyakarta	61
4.1. Interval Kelas Indeks Sikap	97
4.2. Daerah Pengujian Hipotesis Jenis Kelamin dengan Atribut Bakpia Pathok “25”	101
4.3. Daerah Pengujian Hipotesis Usia dengan Atribut Bakpia Pathok “25”	103
4.4. Uji Keeratan Hubungan Usia dengan Atribut Bakpia Pathok “25”	104
4.5. Daerah pengujian Hipotesis Tingkat Penghasilan dengan Atribut Bakpia pathok “25”	106
4.6. Uji Keeratan Hubungan Tingkat Penghasilan dengan Atribut Bakpia Pathok “25”	107
4.7. Daerah Pengujian Hipotesis Jenis Pekerjaan dengan Atribut Bakpia Pathok “25”	109
4.8. Uji Keeratan Hubungan Jenis Pekerjaan dengan Atribut Bakpia Pathok “25”	111
4.9. Daerah Pengujian Hipotesis Tingkat Pendidikan dengan Atribut Bakpia Pathok “25”	112

4.10. Uji Keeratan Hubungan Tingkat Pendidikan dengan Atribut

Bakpia Pathok “25” 113

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I : I ANGKET

LAMPIRAN II : DATA HASIL UJI VALIDITAS DAN REALIBILITAS

LAMPIRAN III : DAFTAR TABEL-TABEL