

**ATRIBUT PRODUK YANG MEMPENGARUHI PERILAKU
KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN PASTA
GIGI PEPSODENT DI DAERAH CONDONG CATUR**

SKRIPSI



ditulis oleh

Nama : Dody Yoanisme
Nomor Mahasiswa : 98311358
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2005**

Atribut Produk yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan
Pembelian Pasta Gigi Pepsodent di Daerah Condong Catur

SKRIPSI



ditulis oleh

Nama : Dody Yoanisme
Nomor Mahasiswa : 98311358
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2005

Atribut Produk yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan
Pembelian Pasta Gigi Pepsodent di Daerah Condong Catur

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 : Dody Yoanisme
Nomor Mahasiswa : 98311358
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

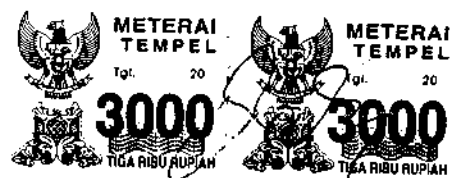
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2005

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 disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 13 Juni 2005

Penulis,



Dody Yoanisme

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

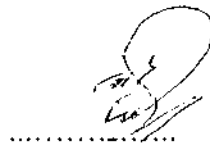
SKRIPSI BERJUDUL

**ATRIBUT PRODUK YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN DALAM
KEPUTUSAN PEMBELIAN PASTA GIGI PEPSODENT DI DAERAH
CONDOGCATUR**

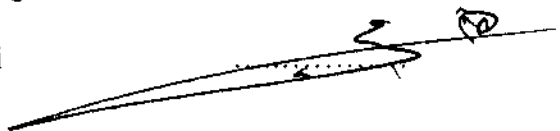
**Disusun Oleh: DODY YOANISME
Nomor mahasiswa: 98311358**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**
Pada tanggal : 13 Juni 2005

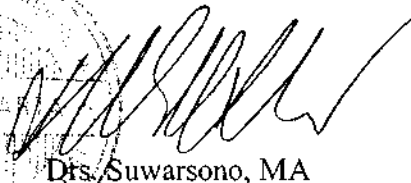
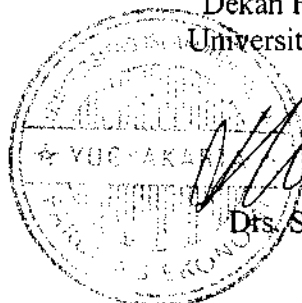
Penguji/Pemb. Skripsi: Drs. Murwanto Sigit, MBA



Penguji : Drs. Albari, M.Si



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia



Drs. Suwarsono, MA

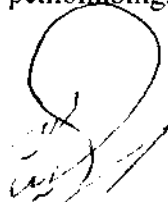
Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan
Pembelian Pasta Gigi Pepsodent di Daerah Condong Catur

Nama : Dody Yoanisme
Nomor Mahasiswa : 98311358
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

Yogyakarta, 13 Juni 2005

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen pembimbing,



Drs. H. Murwanto Sigit, MBA

MOTTO

Biarlah hanya waktu yang mempunyaimasa lalu, dan hanya kita yang mempunyai masa depan. (Dik Doang)

Hati manusia adalah labirin dalam kegelapan tanpa akalnyasiapapun tak kan menemui jalan. (Kjtab Omong Kosong)

Jadikanlah sabar dan sholat sebagai penolongmu, dan sesungguhnya yang demikian ini sungguh berat kecuali bagi orang yang khusu'. (Al-Baqoroh : 45).

HALAMAN PERSEMBAHAN

*Skripsi ini kupersembahkan :
kepada kedua orang tuaku tercinta
H. Ali Rondhi dan Hj. Sri Utami.
saudaraku tersayang kakakku aika
deny dan adik-adikku asep, wisnu,
dwi, dan zanki.
Yang semuanya telah memberiku motivasi, doa
dan harapan.*

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Assalamu'alikum Wr. Wb

Puji syukur kehadirat Allah SWT, atas berkah dan rahmat serta hidayahnya. Shalawat serta salam kami haturkan kepada Rosullullah SAW, beserta keluarga dan sahabat-sahabatnya. Alhamdulillah skripsi ini yang merupakan salah satu syarat yang harus ditempuh untuk menyelesaikan studi jenjang program strata satu (S1) di fakultas ekonomi, Universitas Islam Indonesia telah dapat diselesaikan.

Skripsi ini mengambil judul, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Keputusan Pembelian Pasta Gigi Pepsodent di Daerah Condong Catur ini dimaksudkan untuk mengetahui lebih banyak tentang perilaku konsumen dalam keputusan pembelian agar perusahaan dapat meningkatkan pola pemasaran yang lebih baik. Hal ini juga bagi penulis diharapkan dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan.

Selama pelaksanaan penelitian, penyusun telah banyak mendapat bantuan serta pengarahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini perkenankanlah penyusun menyampaikan terima kasih kepada :

1. Drs. H. Murwanto Sigit, MBA, selaku dosen pembimbing.
2. Drs. Suwarsono, MA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
3. Dra. Nur Fauziah, MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

4. Semua dosen, staf dan karyawan di lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang baik secara langsung, maupun tidak langsung telah membantu pembuatan skripsi ini.
5. The Miring Crew : abat, azie, deny, angki, simbah, pido, kunciung makasiih banget.
6. Green peace : paman zam zam, ceko, ozanX, wisnu', generasi barunya thanks.
7. Temen-temen Kurnia Cell : mas widi, pudjo, kang tonie, pao, dll. Makasih ya.
8. Makasih temen-temen jalan nangka : yuli, tika, nia, eva, dan yang lainnya tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
9. Special thank temen dari jepara : tyo, eti, ana, dll.
10. Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terima kasih atas segala dukungannya yang sangat besar artinya bagi saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhirnya harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Hormat Saya

Dody Yoanisme

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN SAMPUL DEPAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	iii
HALAMAN BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Batasan Masalah.....	5
1.4. Tujuan Penelitian.....	5
1.5. Manfaat Penelitian.....	6

BAB II. LANDASAN TEORI

2.1. Pengertian Pemasaran.....	7
2.2. Konsep Pemasaran.....	9
2.3. Pengantar Perilaku.....	10
2.4. Perilaku Konsumen.....	12
2.4.1. Model Pengambilan Keputusan Konsumen.....	13
2.4.1.1. Pengambilan Keputusan Sebagai Pemecahan Masalah.....	14
2.5. Pandangan Pemasaran.....	15
2.5.1. Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	16
2.5.1.1. Promosi Penjualan.....	16
2.5.1.2. Pemasaran Sosial.....	18
2.6. Pengetahuan Produk dan Keterlibatan Konsumen.....	18
2.6.1. Pengetahuan Konsumen.....	20
2.6.2. Keterlibatan Konsumen.....	21
2.6.2.1. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keterlibatan.....	22
2.7. Strategi Produk.....	23
2.7.1. Segmentasi Pasar.....	23
2.7.2. Pemosisian Produk.....	25
2.8. Kepuasan dan Ketidakpuasan.....	26
2.8.1. Loyalitas Merek.....	27
2.9. Lingkungan Produk.....	29
2.9.1. Ciri-Ciri Produk.....	30
2.9.2. Kemasan.....	30

2.10. Karakteristik Produk.....	31
2.11. Proses Keputusan Pembelian Konsumen.....	32
2.11.1. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Proses Keputusan Pembelian.....	34
2.11.1.1. Atribut Produk.....	34
2.11.1.2. Faktor Pribadi.....	36
2.11.1.3. Faktor Psikologis.....	37
2.11.1.4. Faktor Sosial.....	39
2.12. Hipotesis.....	40
 BAB III. METODE PENELITIAN	
3.1. Lokasi Penelitian.....	41
3.1.1. Keadaan Geografis.....	41
3.1.2. Keadaan Penduduk Daerah Penelitian.....	43
3.1.2.1. Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin.....	43
3.1.2.2. Jumlah Penduduk Menurut Jumlah Kepala Keluarga.....	43
3.1.2.3. Penduduk Menurut Mobilitas/Mutasi Penduduk Jumlah...	44
3.1.2.4. Pertumbuhan Penduduk.....	45
3.1.2.5. Jumlah Penduduk Menurut Mata Pencaharian.....	45
3.1.2.6. Sarana Pendidikan.....	46
3.1.2.7. Sarana Beribadah.....	46
3.2. Sekilas Keadaan Pasar Produk Pasta Gigi Pepsodent.....	47
3.2.1. Manfaat Pasta Gigi.....	48

3.2.2. Pengaruh Pasta Gigi Pepsodent Terhadap Konsumen.....	49
3.3. Variabel Penelitian.....	49
3.3.1. Variabel Bebas.....	49
3.3.2. Variabel Terikat.....	50
3.4. Definisi Operasional Variabel.....	50
3.4.1. Atribut Produk.....	50
3.5. Alat Pengumpul Data.....	51
3.5.1. Pengukuran Variabel.....	51
3.5.2. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	52
3.5.3. Pengujian Validitas Kuesioner.....	53
3.5.4. Pengujian Reliabilitas Kuesioner.....	55
3.6. Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	56
3.6.1. Data Primer.....	56
3.6.2. Data Sekunder.....	56
3.7. Populasi dan Sampel.....	56
3.8. Alat Analisis Data.....	58
3.8.1. Uji Hipotesis Untuk Koefisien Regresi Secara Individual (Uji-t).....	59
3.8.2. Uji Hipotesis Koefisien Regresi Secara Serentak (Uji-F)....	60
3.8.3. Koefisien Determinasi.....	61
3.8.4. Koefisien Determinasi Parsial.....	63

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1. Profil Respdn.....	64
4.2. Analisis Deskriptif.....	65
4.3. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	67
4.3.1. Uji Validitas.....	68
4.3.2. Uji Uji Reliabilitas.....	74
4.4. Pengujian Hipotesis.....	76
4.4.1. Analisis Regresi Linier Berganda.....	76
4.4.2. Pengujian Hipotesis untuk Koefisien Regresi.....	78
4.4.3. Koefisien Determinasi.....	82
4.5. Pembahasan.....	84

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan.....	89
5.2. Saran-Saran.....	91

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

3.1. Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin.....	43
3.2. Jumlah Penduduk Menurut Kepala Keluarga.....	43
3.3. Jumlah Penduduk Menurut Mutasi Penduduk.....	44
3.4. Pertumbuhan Penduduk.....	45
3.5. Jumlah Penduduk Menurut Mata Pencaharian.....	45
3.6. Sarana Pendidikan.....	46
3.7. Sarana Beribadah.....	46
4.1. Profil Responden.....	64
4.2. Deskripsi Variabel Penelitian.....	67
4.3. Hasil Pengujian Validitas Kualitas Produk.....	69
4.4. Hasil Pengujian Validitas Harga.....	69
4.5. Hasil Pengujian Validitas Pengemasan.....	70
4.6. Hasil Pengujian Validitas Merek.....	71
4.7. Hasil Pengujian Validitas Ukuran.....	71
4.8. Hasil Pengujian Validitas Image.....	72
4.9. Hasil Pengujian Validitas Pelabelan.....	73
4.10. Hasil Pengujian Validitas Perilaku Dalam Pembelian.....	73
4.11. Hasil Pengujian Reliabilitas.....	76
4.12. Tabulasi Hasil Pengujian Regresi.....	77

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Tabulasi Data Penelitian Uji Coba Variabel Kualitas Produk
- Lampiran 3 Tabulasi Data Penelitian Uji Coba Variabel Harga
- Lampiran 4 Tabulasi Data Penelitian Uji Coba Variabel Pengemasan
- Lampiran 5 Tabulasi Data Penelitian Uji Coba Variabel Merek
- Lampiran 6 Tabulasi Data Penelitian Uji Coba Variabel Ukuran
- Lampiran 7 Tabulasi Data Penelitian Uji Coba Variabel Image
- Lampiran 8 Tabulasi Data Penelitian Uji Coba Variabel Pelabelan
- Lampiran 9 Tabulasi Data Penelitian Uji Coba Variabel Perilaku Dalam Pembelian
- Lampiran 10 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas Variabel Kualitas Produk
- Lampiran 11 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas Variabel Harga
- Lampiran 12 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas Variabel Pengemasan
- Lampiran 13 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas Variabel Merek
- Lampiran 14 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas Variabel Ukuran
- Lampiran 15 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas Variabel Image
- Lampiran 16 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas Variabel Pelabelan
- Lampiran 17 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas Variabel Perilaku Dalam Pembelian
- Lampiran 18 Tabulasi Data Penelitian
- Lampiran 19 Hasil Pengujian Regresi