



**PENGARUH ATRIBUT PRODUK SAMPO SUNSILK TERHADAP  
PENGAMBILAN KEPUTUSAN MEMBELI PADA MAHASISWA  
PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA  
FAKULTAS ILMU SOASIAL DAN ILMU  
POLITIK UNIVERSITAS JEMBER**

*(The Influence Product Attribute of Sunsilk Shampoo to Decision Making to Buy  
at University Students of Business Administration of Social Politic Jember)*

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1)  
Program Studi Ilmu Administrasi Niaga Jurusan Ilmu Administrasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Jember

Oleh

**Siti Sulaima**  
**NIM 070910202105**

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA  
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS JEMBER  
2011**

## PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya sembahkan untuk:

1. Ibunda Sanenti dan Ayahanda Sumardi tercinta yang selalu menjadi sumber inspirasi dan selalu memberikan yang terbaik terhadap putra dan putrinya, penulis sangat berterima kasih atas bimbingan, motivasi, serta doa yang tidak pernah putus untuk keberhasilan putra putrinya;
2. Adik tercinta dan seluruh keluarga yang ada di Banyuwangi (Rohman, Novi sekelurga di Ketapang, Pak Den sekelurga di Muncar dan seluruh keluarga di Watudodol) terima kasih atas doa dan kasih sayangnya;
3. dr. Budi Kasiono dan sekeluarga yang memberikan bantuan dorongan dan semangat serta nasehat-nasehatnya;
4. Guru-guruku sejak taman kanak-kanak sampai perguruan tinggi, yang telah memberikan ilmu dan membimbing dengan penuh kesabaran;
5. Almamater Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

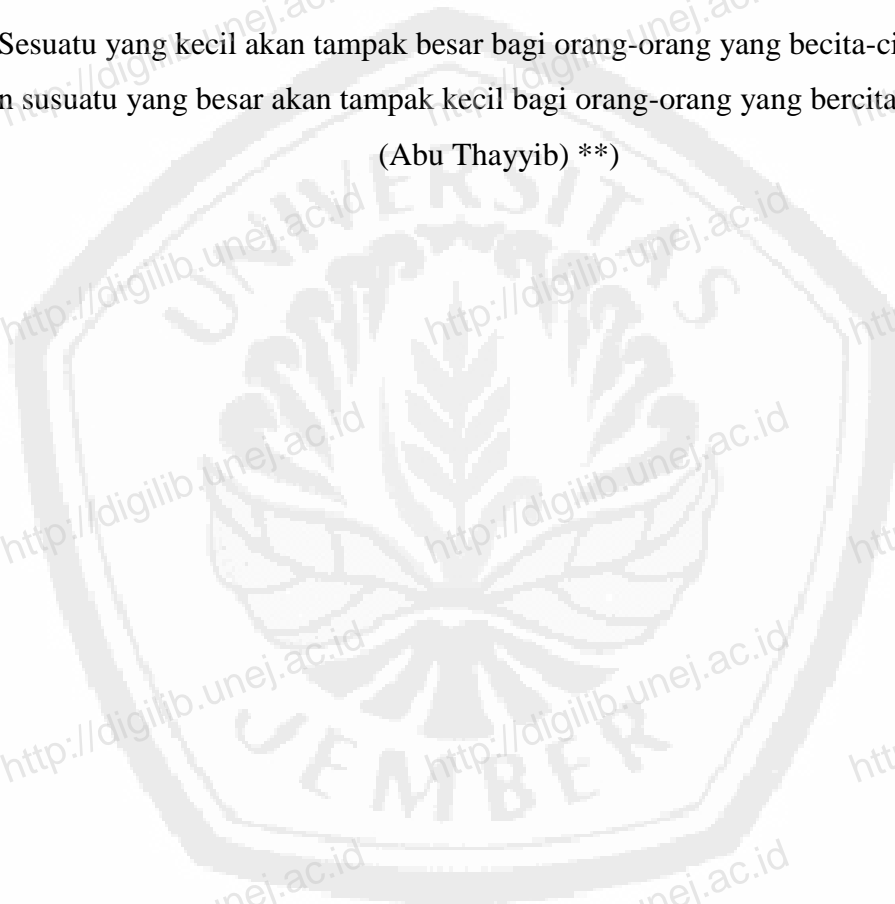
## MOTTO

Mutu bukan suatu masalah untuk diselesaikan, melainkan peluang untuk bersaing. \*)

Sesuatu yang kecil akan tampak besar bagi orang-orang yang bercita-cita kecil.

Dan sesuatu yang besar akan tampak kecil bagi orang-orang yang bercita-cita besar.

(Abu Thayyib) \*\*)



---

\*) Kotler, P dan Armstron. 1996. *Dasar-dasar Pemasaran Principles of Marketing* 7e. Jakarta: Prenhallindo

\*\*\*) Asrori, M. 1996. *Etika Belajar bagi Penuntut Ilmu*. Surabaya:Al-Miftah

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Siti Sulaima

NIM : 070910202105

Menyatakan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul “**Pengaruh Atribut Produk Sampo Sunsilk terhadap Pengambilan Keputusan Membeli pada Mahasiswa Program Studi Ilmu Administrasi Niaga Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember**” adalah benar – benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi manapun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 12 April 2011

Siti Sulaima  
NIM 070910202105

**SKRIPSI**

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK SAMPO SUNSILK TERHADAP  
PENGAMBILAN KEPUTUSAN MEMBELI PADA MAHASISWA  
PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA  
FAKULTAS ILMU SOASIAL DAN ILMU  
POLITIK UNIVERSITAS JEMBER**

*(The Influence Product Attribute of Sunsilk Shampoo to Decision Making to Buy  
at University Students of Business Administration of Social Politic Jember)*

Oleh

**Siti Sulaima  
NIM 070910202105**

**Pembimbing:**

**Dosen Pembimbing Utama**

**: Drs. Poerwanto, MA**

**Dosen Pembimbing Pendamping**

**: Ika Sisbintari, S.Sos. MAB**

## PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Pengaruh Atribut Produk Sampo Sunsilk terhadap Pengambilan Keputusan Membeli pada Mahasiswa Program Studi Ilmu Administrasi Niaga Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember” telah diuji dan disahkan pada:

hari, tanggal : 25 Mei 2011

tempat : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember

Tim Penguji  
Ketua,

Drs. Didik Eko Julianto, MAB  
NIP. 19610722 198902 1 001

Pembimbing Utama,

Pembimbing Anggota,

Drs. Poerwanto, MA  
NIP. 19490715 198403 1 002  
Anggota 1,

Ika Sisbintari, S.Sos., MAB  
NIP.197402072 00501 2 001  
Anggota 2,

Drs. Sugeng Iswono, MA  
NIP. 19540202 198403 1 004

Dra. Sri Wahyuni, M.Si  
NIP. 19560409 198702 2 001

Mengesahkan,  
Dekan,

Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA  
NIP. 195207271981031003

## RINGKASAN

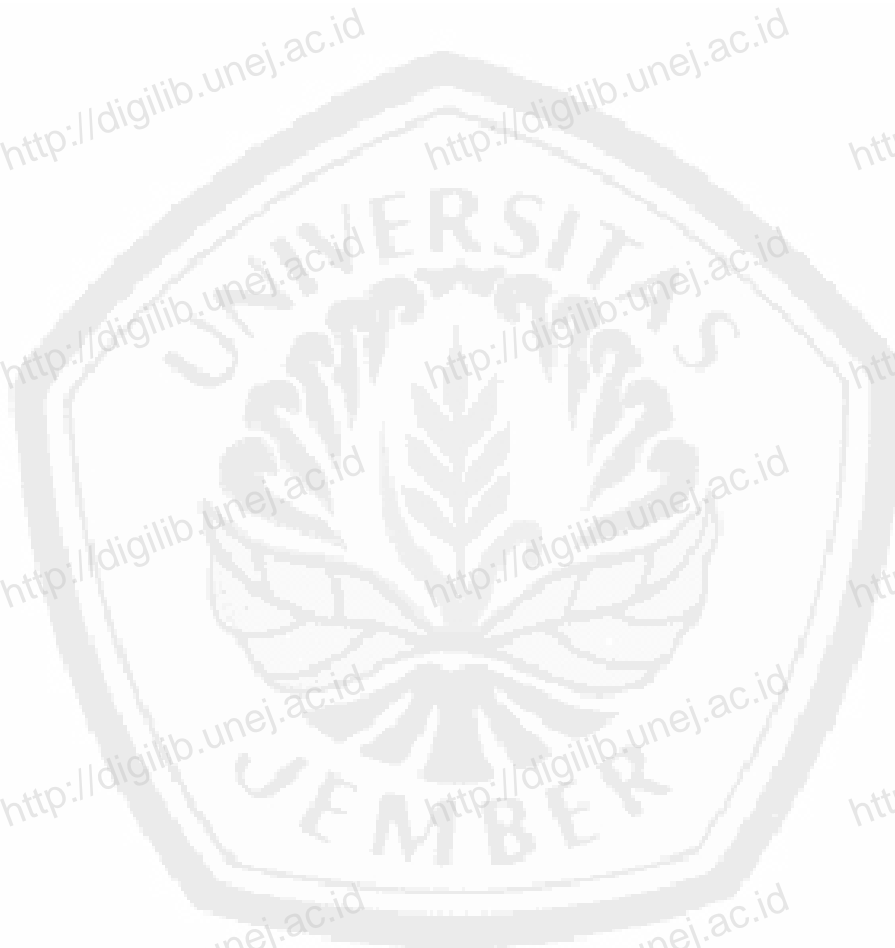
**Pengaruh Atribut Produk Sampo Sunsilk terhadap Pengambilan Keputusan Membeli pada Mahasiswa Program Studi Ilmu Administrasi Niaga Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember:** oleh Siti Sulaima; 070910202105; 2011; 146 halaman; Program Studi Ilmu Administrasi Niaga, Jurusan Ilmu Administrasi; Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik; Universitas Jember.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh atribut produk sampo Sunsilk pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember melalui elemen-elemen utama atribut produk. Penelitian dilakukan di lingkungan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember yang mengambil responden mahasiswa sebanyak 121 sampel dari jumlah mahasiswi 2008-2010 aktif heregistrasi tahun 2010/2011 yang menggunakan sampo Sunsilk.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengukuran analisis ini menggunakan analisis regresi linier berganda melalui uji F test (simultan) dan uji t (parsial) dengan skala pengukuran menggunakan skala ordinal yang diubah menjadi skala interval. Penarikan kesimpulan ini menggunakan metode deduktif yaitu penarikan kesimpulan dari hal-hal yang bersifat umum ke hal-hal yang bersifat khusus (merek (X1), kemasan (X2), label (X3), layanan pelengkap (X4), dan jaminan (X5)).

Hasil pembahasan dari penelitian ini adalah pengaruh Atribut produk (merek (X1), kemasan (X2), label (X3), layanan pelengkap (X4), dan jaminan (X5)) secara simultan terhadap pengambilan keputusan membeli sampo Sunsilk sebesar 11,229. Diketahui dari hasil uji t variabel merek (X1), layanan pelengkap (X4), dan variabel jaminan (X5) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengambilan keputusan membeli (Y). Sedangkan variabel kemasan (X2) dan label (X3) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengambilan keputusan membeli dan berdasarkan uji koefisien korelasi variabel atribut produk (merek (X1), kemasan (X2), label (X3), layanan

pelengkap (X4), dan jaminan (X5)) yang berpengaruh dominan terhadap pengambilan keputusan membeli produk adalah variabel jaminan (X5) sebesar 22,4 persen.





## PRAKATA

Puji syukur ke hadirat Allah Swt. Atas segala rahmat dan karunia – Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Atribut Produk Sampo Sunsilk terhadap Pengambilan Keputusan Membeli pada Mahasiswa Program Studi Ilmu Administrasi Niaga Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember”**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah syarat menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada program studi Ilmu Administrasi Niaga Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember;
2. Drs. Himawan Bayu Patriadi, MA.Ph.D, selaku Pembantu Dekan 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember;
3. Drs. Sasongko, MSi, selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember;
4. Drs. Poerwanto, MA, selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Niaga Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember dan selaku pembimbing utama;
5. Ika Sisbintari, S.Sos., MAB, selaku pembimbing anggota;
6. Drs. Suhartono, MP, selaku Dosen Pembimbing Akademik yang sudah meluangkan waktu untuk memberikan nasehat selama menempuh kuliah;
7. Sahabat-sahabatku yang ku sayang (Sely, Ulik, Reni, Khanis, Avvia, Dian, wiwit, Gilda, dan Ana) yang memberikan semangat, nasehat, dan pinjaman laptop untukku;

8. Teman-teman seperjuangan di Adni 2007 terima kasih atas kebersamaanyaselama perkuliahan dan semoga kita bisa bersama-sama lagi untuk menimba ilmu yang lebih tinggi;
9. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu, terima kasih.

Penulis juga menerima kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap, semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Wassalamualaikum wr.wb

Jember, 12 April 2011

Penulis



## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	v
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	vi
<b>RINGKASAN</b> .....	vii
<b>PRAKATA</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	ivx
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xviii
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	1
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	8
<b>1.3 Tujuan dan Manfaat</b> .....	9
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	9
1.3.2 Manfaat Penelitian .....	10
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	11
<b>2.1 Pemasaran</b> .....	11
<b>2.2 Bauran Pemasaran</b> .....	11
<b>2.3 Pengertian Produk</b> .....	13
<b>2.4 Atribut Produk</b> .....	15
<b>2.5 Pengertian Perilaku konsumen</b> .....	17
<b>2.6 Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen</b> .....	18
<b>2.7 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen</b> .....	22

2.8	<b>Produk Sampo</b> .....	25
2.9	<b>Konsumen Mahasiswa</b> .....	26
2.10	<b>FISIP Universitas Jember</b> .....	27
2.11	<b>Hubungan Atribut Produk terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian konsumen</b> .....	28
2.12	<b>Penelitian Terdahulu</b> .....	28
2.13	<b>Hipotesisi</b> .....	31
<b>BAB 3.</b>	<b>METODE PENELITIAN</b> .....	34
3.1	<b>Pendekatan dan Tipe Penelitian</b> .....	34
3.2	<b>Model Analisis</b> .....	35
3.3	<b>Tahap Persiapan</b> .....	37
3.4	<b>Tahap Pengumpulan Data</b> .....	40
3.5	<b>Tahap Pengolahan Data</b> .....	41
3.6	<b>Operasionalisasi Konsep</b> .....	42
3.7	<b>Teknik Pengukuran</b> .....	44
3.8	<b>Uji Instrumen</b> .....	45
3.9.1	Uji Validitas.....	45
3.9.2	Uji Reliabilitas.....	46
3.9	<b>Uji Asumsi Klasik</b> .....	48
3.10.1	Uji Normalitas Data.....	48
3.10.2	Uji Multikolinieritas .....	48
3.10.3	Uji Heterohedastisitas.....	49
3.10.4	Uji Autokorelasi .....	49
3.10	<b>Analisis Data</b> .....	50
3.11.1	Regresi Linier Berganda.....	50
3.11.2	Uji F.....	51
3.11.3	Koefisien Determinasi Berganda.....	51
3.11.4	Uji t.....	54
3.11	<b>Kesimpulan</b> .....	55

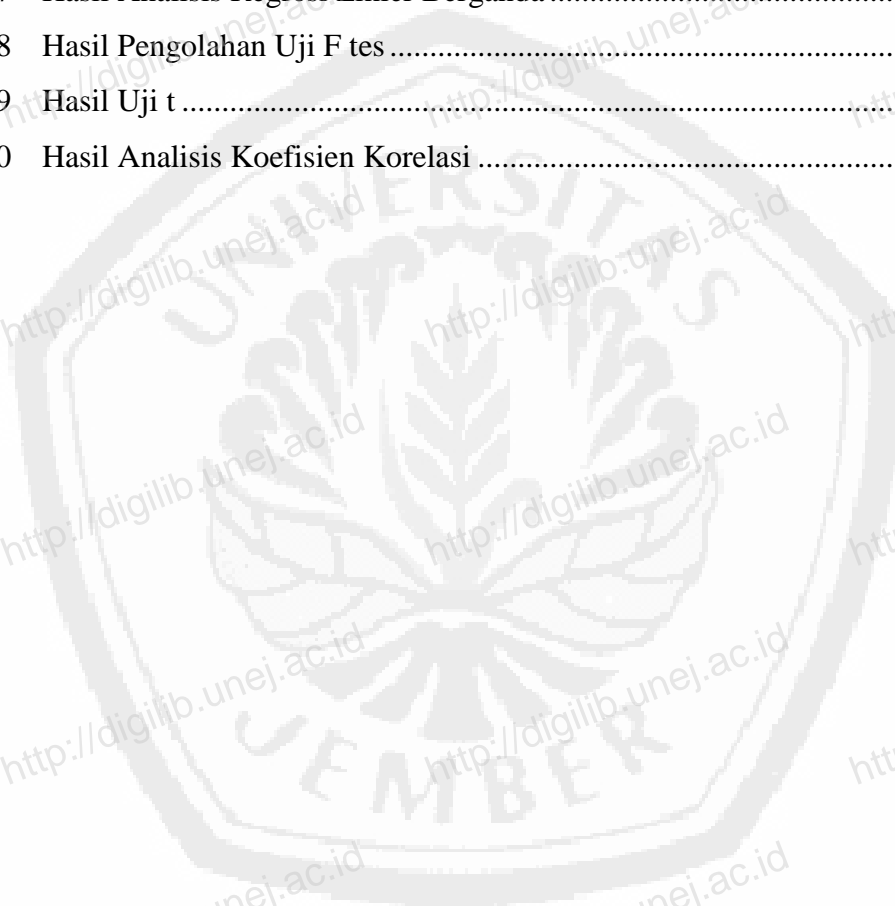
<b>3.12 Alur Roadmet Penelitian .....</b>	<b>56</b>
<b>BAB 4. GAMBARAN UMUM TEMPAT PENELITIAN .....</b>	<b>58</b>
<b>4.1 Sejarah Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik     Universitas Jember .....</b>	<b>58</b>
<b>4.2 Jumlah Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu     Politik Universitas Jember Tahun Ajaran 2010/2011 .....</b>	<b>60</b>
<b>4.3 Visi, Misi, dan Tujuan Program Studi Ilmu     Administrasi Niaga Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu     Politik Universityas Jember .....</b>	<b>60</b>
<b>BAB 5. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>62</b>
<b>5.1 Hasil dan Analisi Data .....</b>	<b>62</b>
5.1.1 Karakteristik Umum Responden .....	62
5.1.2 Analisis Tabel Frekuensi .....	63
5.1.3 Uji Kelayakan Data .....	76
5.1.3.1 Uji Validitas data .....	76
5.1.3.2 Uji Reliabilitas Data .....	77
5.1.4 Analisis Data .....	78
5.1.4.1 Uji Asumsi Klasik .....	78
5.1.4.2 Analisis Regresi Linier Berganda .....	80
<b>5.2 Pembahasan .....</b>	<b>87</b>
<b>BAB 6. PENUTUP .....</b>	<b>91</b>
<b>6.1 Kesimpulan .....</b>	<b>91</b>
<b>6.2 Saran .....</b>	<b>92</b>
<b>DAFTAR BACAAN .....</b>	<b>93</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>		<b>Halaman</b>
1.1	Kinerja ICSA Shampo 2009.....	5
1.2	Data Penelitian Pendahuluan Jumlah Pengguna Produk Sampo Sunsilk bulan September Angkatan 2008/2010 Tahun 2010 .....	7
2.1	Perbedaan Penelitian Lisaning Subekti, Fahmi Reza Fahlefi, Dwi Ratnasari, Firman Alamsyah, Nur Sholehah dengan Siti Sulaima .....	30
3.2	Kriteria Indeks Reliabilitas .....	48
3.3	Kriteria Interpretasi Koefisien Korelasi .....	53
4.1	Daftar Mahasiswa Aktif Heregistrasi Semester Gasal Fakkultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember 2010/2011.....	60
5.1	Jenis Kelamin Responden .....	62
5.2	Umur Responden.....	63
5.3	Tanggapan Responden Terhadap Sampo Sunsilk Merupakan Nama Merek Terkenal.....	64
5.4	Tanggapan Responden terhadap Merek Sampo Sunsilk Mudah Diingat.....	65
5.5	Tanggapan Responden terhadap Gambar Sampo Sunsilk Sangat Menarik .....	65
5.6	Tanggapan Responden terhadap Tingkat Keunikan Merek Sampo Sunsilk.....	66
5.7	Tanggapan Responden terhadap Ukuran Kemasan Produk Sampo Sunsilk Bervariasi .....	67
5.8	Tanggapan Responden terhadap Bentuk Kemasan Produk Sampo Sunsilk Sangat Menarik .....	67
5.9	Tanggapan Responden terhadap Warna Kemasan Produk Sampo Sunsilk Sangat Berkesan .....	68

5.10	Tanggapan Responden terhadap Bahan Kemasan Produk Sampo Sunsilk Tidak Mudah Rusak .....	68
5.11	Tanggapan Responden terhadap Desain Tulisan Produk Sampo Sunsilk Berciri Khas.....	69
5.12	Tnaggapan Responden terhadap Kejelasan Informasi Kandungan Isi Produk Sampo Sunsilk .....	70
5.13	Tanggapan Responden terhadap Kemudahan Mendapatkan Informasi Melalui Website.....	70
5.14	Tanggapan Responden terhadap Kemudahan Mendapatkan Informasi Melalui Telepon.....	71
5.15	Tanggapan Responden terhadap Produk Sampo Sunsilk akan Diganti jika Terjadi Kerusakan .....	72
5.16	Tanggapan Responden terhadap Kualitas Produk Sunsilk Sesuai 8dengan Harapan Responden .....	72
5.17	Tanggapan Responden terhadap Merek Memberikan Pengaruh terhadap Pengambilan Keputusan Membeli Produk Sampo Sunsilk.....	73
5.18	Tanggapan Responden terhadap Kemasan Memberikan Pengaruh terhadap Pengambilan Keputusan Membeli Produk Sampo Sunsilk.....	74
5.19	Tanggapan Responden terhadap Label Memberikan Pengaruh terhadap Pengambilan Keputusan Membeli Produk Sampo Sunsilk.....	74
5.20	Tanggapan Responden terhadap Layanan Pelengkap Memberikan Pengaruh terhadap Pengambilan Keputusan Membeli Produk Sampo Sunsilk.....	75
5.21	Tanggapan Responden terhadap Jaminan Memberikan Pengaruh terhadap Pengambilan Keputusan Membeli Produk Sampo Sunsilk.....	75

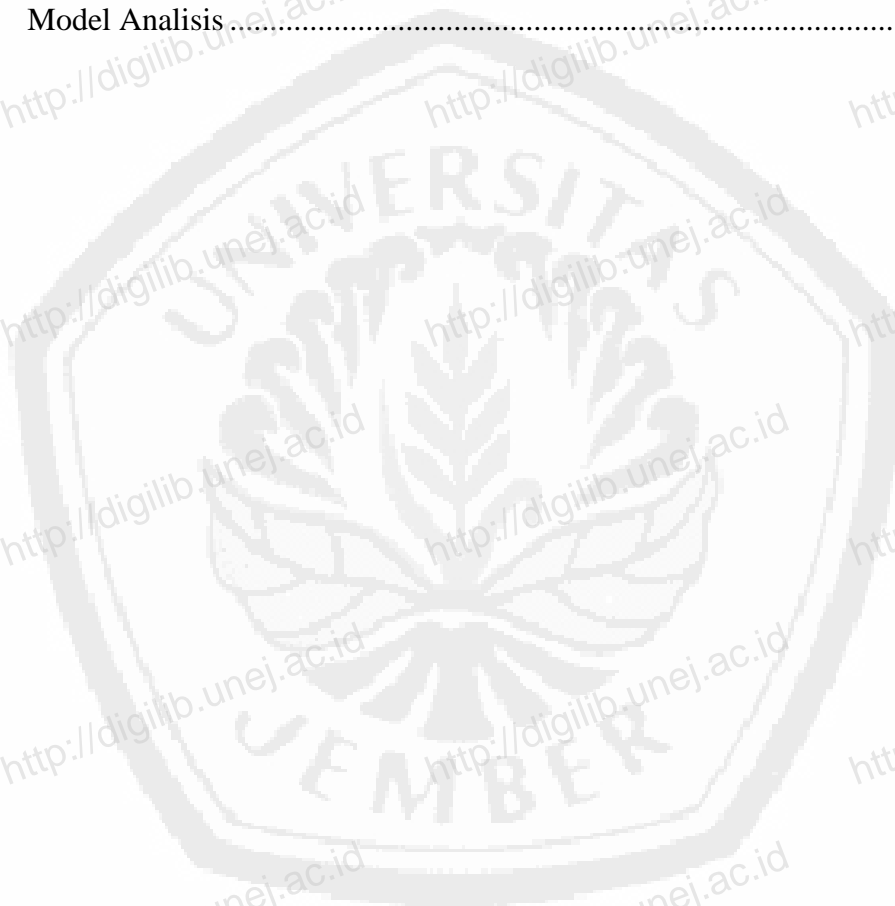
5.22	Hasil Uji Validitas Data .....	76
5.23	Hasil Uji Reliabilitas Data.....	77
5.24	Hasil Normalitas Data dengan Uji Skewnes dan Kurtosis.....	78
5.25	Nilai VIF Masing-masing Variabel Bebas .....	79
5.26	Uji Heterokedastisitas .....	79
5.27	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	81
5.28	Hasil Pengolahan Uji F tes .....	84
5.29	Hasil Uji t .....	85
5.30	Hasil Analisis Koefisien Korelasi .....	86





## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Empat P Bauran Pemasaran .....	12
2.2 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian .....	22
3.1 Model Analisis .....	36



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Daftar Kuisisioner.....	96
2. Data Responden .....	97
3. Rekapitulasi Data .....	100
4. Rekapitulasi Hasil Data Perhitungan MSI .....	106
5. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	110
6. Uji Asumsi Klasik.....	120
7. Analisis Regresi Linier Berganda .....	124
8. Surat Permohonan Ijin Penelitian.....	127

