



**PENGARUH ATRIBUT PRODUK DAN INOVASI
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
ULANG PRODUK PADA RESTORAN *KENTUCKY
FRIED CHICKEN JEMBER***

INFLUENCE OF PRODUCT ATTRIBUTES AND PRODUCT INNOVATION
TO THE RE-PURCHASING DECISION ON PRODUCT OF KENTUCKY
FRIED CHICKEN RESTAURANTS IN JEMBER

SKRIPSI

Oleh :

ANNISA NURUL JANNAH

NIM 090810201171

UNIVERSITAS JEMBER

FAKULTAS EKONOMI

2014



**PENGARUH ATRIBUT PRODUK DAN INOVASI
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
ULANG PRODUK PADA RESTORAN *KENTUCKY
FRIED CHICKEN JEMBER***

Influence Of Product Attributes And Product Innovation To The Re-purchasing
Decision On Product Of Kentucky Fried Chicken Restaurants In Jember

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Oleh :

ANNISA NURUL JANNAH

NIM 090810201171

UNIVERSITAS JEMBER

FAKULTAS EKONOMI

2014

KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL

UNIVERSITAS JEMBER-FAKULTAS EKONOMI

SURAT PERNYATAAN

Nama : Annisa Nurul Jannah
NIM : 090810201171
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh Atribut Produk dan Inovasi Produk Terhadap
Keputusan Pembelian Produk Pada Restoran *Kentucky Fried
Chicken* Jember

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sebenar-benarnya bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali apabila dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan milik orang lain. Saya bertanggungjawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa adanya paksaan dan tekanan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata kemudian hari pernyataan yang saya buat ini tidak benar.

Jember, 16 Januari 2014
Yang menyatakan,

Annisa Nurul Jannah

NIM : 090810201171

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh Atribut Produk Dan Inovasi Produk Terhadap
Keputusan Pembelian Ulang Produk Pada Restoran
Kentucky Fried Chicken Jember

Nama Mahasiswa : Annisa Nurul Jannah

NIM : 090810201171

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui Tanggal :

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Drs. Adi Prasodjo, MP
NIP. 19550516 198703 1 001

Drs. Didik Pudjo M., MS
NIP. 19610209 198603 1 001

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Handriyono, SE., M.Si
NIP. 19620802 199002 1 001

JUDUL SKRIPSI

PENGARUH ATRIBUT PRODUK DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PRODUK PADA RESTORAN *KENTUCKY FRIED CHICKEN JEMBER*

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama Mahasiswa : Annisa Nurul Jannah

NIM : 090810201171

Jurusan : Manajemen

telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal :

5 Februari 2014

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Jember.

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua : **Drs. Ketut Indraningrat, M.Si** : ()
NIP. 19610710 198902 1 002

Sekretaris : **Drs. Didik Pudjo M., M.Si** : ()
NIP. 19610209 198603 1 001

Anggota : **Drs. Adi Prasodjo, MP** : ()
NIP. 19550516 198703 1 001

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Jember

Dr. Moehammad Fathorrazi, M.Si

NIP. 19630614 199002 1 001

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Keluarga besarku, saya ucapkan terima kasih yang tak terhingga atas segala kasih sayang, doa, dukungan, nasihat serta semangat yang tak pernah henti.
2. Kakak-kakakku yang senantiasa menemani dan memberikan kasih sayang serta dukungan hingga akhirnya skripsi ini mampu terselesaikan.
3. Seseorang yang selalu ada dan menemani selama tujuh tahun hingga saat ini, terima kasih atas semangat dan doa serta dukungan yang tiada henti.
4. Almamater yang saya banggakan Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah memberikan banyak pengetahuan dan wawasan.

Moto

Jika Anda menginginkan sesuatu yang belum pernah anda miliki, Anda harus bersedia melakukan sesuatu yang belum pernah Anda lakukan.

If you want something you've never had, you must be willing to do something you've never done.

(Thomas Jefferson)

Cara memulai adalah dengan berhenti berbicara dan mulai melakukan.

The way to get started is to quit talking and begin doing.

(Walt Disney)

Visi tanpa eksekusi adalah lamunan. Eksekusi tanpa visi adalah mimpi buruk.

Vision without execution is a daydream. Execution without vision is a nightmare.

(Japanese Proverb)

RINGKASAN

Pengaruh Atribut Produk Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Pada Restoran *Kentucky Fried Chicken* Jember; Annisa Nurul Jannah; 090810201171; 2014; 63 halaman; Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Perkembangan di dunia usaha di berbagai bidang semakin berkembang pesat, menyebabkan terjadinya suatu paradigma pemasaran. Perubahan paradigma pemasaran lebih banyak didorong oleh perubahan situasi dan kondisi masyarakat. Terlebih dari Indonesia merupakan negara yang sedang berkembang, baik industri manufaktur maupun industri kuliner, dalam hal ini industri restoran cepat saji. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh atribut produk dan inovasi produk terhadap keputusan pembelian ulang serta menemukan strategi pemasaran untuk menunjang keberhasilan perusahaan *Kentucky Fried Chicken* Jember di masa mendatang serta memberikan pemikiran mengenai keadaan pasar khususnya dalam industri restoran cepat saji.

Penelitian ini dilakukan dengan memilih responden yaitu konsumen restoran *Kentucky Fried Chicken* Jember pada bulan Juli 2013. Dalam hal ini, syarat untuk dijadikan responden yaitu konsumen serta sebagai pengambil keputusan pembelian yang tahu produk *Kentucky Fried Chicken* minimal sebanyak dua kali pembelian. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil kuesioner pada 100 responden penelitian yang ditentukan dengan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu dengan melakukan pemilihan sampel yang memiliki pertimbangan karakteristik tertentu dan dalam jumlah yang diinginkan. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi logistik untuk mencari hubungan variabel respon yang bersifat dichotomous atau polychotomous dengan satu atau lebih variabel prediktor dan variabel respon bersifat kontinyu atau kategorik.

Berdasarkan hasil perhitungan analisis regresi logistik, dapat diketahui bahwa atribut produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang, karena variabel atribut produk memiliki koefisien regresi sebesar 0,670 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Inovasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang, karena variabel inovasi produk memiliki koefisien regresi sebesar 0,361 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,003.

SUMMARY

Influence Of Product Attributes And Product Innovation To The Re-purchasing Decision On Product Of Kentucky Fried Chicken Restaurants In Jember; Annisa Nurul Jannah ; 090810201171 ; 2014; 63 pages ; Department of Management Faculty of Economics University of Jember.

Developments in the business world in a variety of fields is growing rapidly , causing a marketing paradigm . The paradigm shift driven by the more marketing by the changing circumstances of society . Especially from Indonesia is a developing country , both culinary and industrial manufacturing industries , in this fast-food restaurant industry . This study aims to identify and analyze the effect of product attributes and product innovation to re-purchase decision and find a marketing strategy to support the success of Kentucky Fried Chicken Jember company in the future and provide thoughts on the state of the market especially in the fast-food industry .

This research was conducted with respondents that consumers choose to eat Kentucky Fried Chicken Jember in July 2013. In this case , the requirement for the consumer as well as respondents are purchase decision makers who know the product Kentucky Fried Chicken at least twice a purchase . The data used in this study is primary data and secondary data . The primary data obtained from questionnaires on 100 survey respondents were determined by using purposive sampling technique , ie by doing sample selection considerations that have certain characteristics and the desired amount . The method of analysis used logistic regression analysis to find the relationship that the response variable is dichotomous or polychotomous with one or more predictor variables and the response variable is continuous or categorical .

Based on the calculation results of the logistic regression analysis , it can be seen that the product attributes affect purchase decision again , because of the variable product attributes have a regression coefficient of 0.670 with a significance level of 0.000. Product innovations influence on purchase decisions again , because product innovation variable regression coefficient of 0.361 with a significance level of 0.003.

PRAKATA

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena atas segala rahmat, hidayah dan karuniaNya yang telah diberikan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Atribut produk Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Pada Restoran Kentucky Fried Chicken Jember”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan program studi Strata Satu (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Dalam penyusunan Skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

- a. Dr. Isti fadah selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
- b. Drs. Adi Prasodjo, MP, selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan dorongan, semangat, pengarahan, saran, bimbingan serta telah meluangkan waktu sehingga Skripsi mampu terselesaikan.
- c. Drs. Didik Pudjo M., M.S, selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan dorongan, saran, serta pengarahan sehingga Skripsi mampu terselesaikan.
- d. Seluruh Dosen dan Karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas jember.
- e. Keluarga besar yang telah memberikan kasih sayang, dukungan, motivasi serta doa selama ini.
- f. Seluruh teman-teman “GH”, terima kasih atas dukungan, motivasi dan kasih sayang serta bantuannya yang telah diberikan kepada penulis selama ini.
- g. Seluruh teman-teman Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember angkatan 2009.
- h. Seluruh karyawan restoran Kentucky Fried Chicken, terima kasih atas bantuan dan informasi kepada penulis.
- i. Seluruh pihak yang telah memberikan bantuan informasi dan doa, dorongan serta semangat yang tidak bisa disebut satu persatu. Terima kasih sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan.

Penulis sadar akan keterbatasan dan kurang sempurnanya penulisan Skripsi ini, oleh karena itu segala saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan.

Jember, 16 Januari 2014

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTO	vi
ABSTRAKSI	vii
ABSTRACT	
.....	
viii	
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	
.....	
xiii	
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Landasan Teori	6
2.1.1 Konsep Manajemen Pemasaran.....	6
2.1.2 Produk.....	8
2.1.3 Atribut Produk.....	9

2.1.4 Inovasi Produk.....	17
2.1.5 Keputusan Pembelian Konsumen.....	18
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	25
2.3 Kerangka Konseptual.....	27
2.4 Hipotesis.....	28
BAB 3. Metode Penelitian.....	29
3.1 Rancangan Penelitian.....	29
3.2 Populasi dan Sampel.....	29
3.3 Jenis Data dan Sumber Data.....	30
3.3.1 Jenis Data.....	30
3.3.2 Sumber Data.....	30
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	31
3.5 Identifikasi Variabel.....	31
3.6 Definisi Operasional Variabel.....	32
3.7 Teknik Pengukuran Data.....	35
3.8 Uji Instrument.....	35
3.8.1 Uji Validitas.....	35
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	36
3.9 Metode Analisis Data.....	37
3.9.1 Regresi Logistik.....	37
3.9.2 Uji Serentak.....	39
3.9.3 Uji Parsial.....	40
3.10 Kerangka Pemecahan Masalah.....	40
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Hasil Penelitian.....	43
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	43
4.1.2 Perkembangan <i>Kentucky Fried Chicken (KFC)</i> di Indonesia.....	43
4.1.3 Produk <i>Kentucky Fried Chicken (KFC)</i>	44

4.2 Karakteristik Responden.....	46
4.3 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	47
4.4 Pengujian Instrumen Penelitian.....	50
4.5 Hasil Analisis Regresi Logistik.....	52
4.6 Pembahasan.....	55
4.6.1 Pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian Ulang.....	56
4.6.2 Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Ulang	56
4.7 Keterbatasan Penelitian.....	59
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN.....	..
60	
5.1 Kesimpulan	60
5.2 Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN.....	64

DAFTAR TABEL

2.1	Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	26
4.2	Karakteristik Responden.....	47
4.2	Distribusi Frekuensi Jawaban responden terhadap Variabel Atribut Produk	48
4.3	Distribusi Frekuensi Jawaban responden terhadap Variabel Inovasi Produk	49
4.4	Rekapitulasi Hasil Uji Validitas.....	51
4.5	Hasil Uji Reliabilitas.....	52
4.6	Ringkasan Hasil Analisis Regresi Logistik.....	53

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pentingnya Atribut.....	9
2.2 Model Lima Tahap Pembelian.....	24
2.3 Kerangka Konseptual Penelitian.....	27
3.1 Kerangka Pemecahan Masalah.....	41