

**ANALISIS PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KEBAB TURKI BABA RAFI
DI JEMBER**

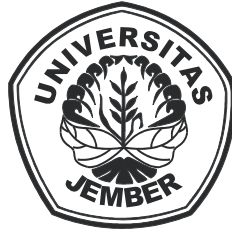
SKRIPSI

Oleh

**Sukma Satria Pungky Nugraha
NIM 040910292027**

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

2012



**ANALISIS PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KEBAB TURKI BABA RAFI
DI JEMBER**

SKRIPSI

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Ilmu Administrasi Niaga (S1)
dan memperoleh gelar Sarjana Sosial

Oleh

Sukma Satria Pungky Nugraha
NIM 040910292027

PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER

2012

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Mama dan Papa yang tercinta;
2. Istriku dan Buah Hati tercinta;
3. Almamater Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sukma Satria Pungky Nugraha

NIM : 040910292027

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul “Analisis Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kebab Turki Baba Rafi Di Jember” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi mana pun, 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 mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember,

Yang menyatakan,

Sukma Satria Pungky Nugraha

NIM 040910292027

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KEBAB TURKI BABA RAFI
DI JEMBER**

Oleh

Sukma Satria Pungky Nugraha
NIM 040910292027

Pembimbing

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Edy Wahyudi, MM.
Dosen Pembimbing Anggota : Drs. Totok Supriyanto, M.Si.

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Analisis Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kebab Turki Baba Rafi Di Jember” telah diuji dan disahkan pada:

Hari, tanggal : Rabu, 01 Pebruari 2012

Tempat : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Tim Penguji:

Ketua,

Drs. Poerwanto, MA

NIP. 19490715 198403 1 002

Pembimbing Utama,

Pembimbing Anggota,

Dr. Edy Wahyudi, MM

NIP. 19750825 200212 1 002

Anggota I,

Drs. Totok Supriyanto, M.Si

NIP. 19501004 197702 1 001

Anggota II,

Dra. Sri Wahyuni, M.Si

NIP. 19560409 198702 2 001

Drs. Suhartono, MP

NIP. 19600214 198803 1 002

Mengesahkan

Dekan,

Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA

NIP. 19520727 198103 1 003

RINGKASAN

Analisis Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kebab Turki Baba Rafi Di Jember, Sukma Satria Pungky Nugraha, 2012, Pembimbing Dr. Edy Wahyudi, MM dan Drs. Totok Supriyanto, M.Si, Jurusan Ilmu Administrasi Niaga, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jember.

Skripsi ini berjudul Analisis Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kebab Turki Baba Rafi Di Jember. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya perilaku konsumen ikut menentukan tercapainya tujuan perusahaan. Konsumen akan mempertimbangkan berbagai faktor berkaitan dengan produk. Dengan menentukan atribut – atribut apa saja yang dapat mempengaruhi perilaku pembelian maka dapat diketahui. Atribut mana yang sudah sesuai maupun belum sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen dimana selanjutnya perusahaan dapat mengembangkan dan menyempurnakan produknya agar lebih memuaskan konsumen dan tujuan perusahaan agar dapat tercapai.

Penelitian dilakukan pada Kebab Turki Baba Rafi. Perusahaan jasa yang memproduksi kebab sebagai makanan khas Turki. Populasi yang diteliti adalah konsumen yang pernah datang membeli Kebab Turki Baba Rafi di Jember. Sampel yang digunakan 100 responden. Variabel yang digunakan dalam penelitian meliputi harga, rasa atau aroma, kemasan, pelayanan dan ukuran. Metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan tehnik analisis deskriptif dan statistik meliputi analisis regresi berganda. Pengujian hipotesis dengan uji secara serentak atau uji F. pengujian hipotesis dengan uji parsial atau uji t dan analisis koefisien determinasi berganda.

Atribut produk mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian kebab di Kebab Turki Baba Rafi. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t-statistik lebih besar dari t-tabel. Besar pengaruh variabel harga (X_1), rasa atau aroma (X_2), kemasan (X_3), pelayanan (X_4), dan ukuran (X_5) terhadap keputusan pembelian Kebab Turki Baba Rafi (Y)

sebesar 0,561. Besar pengaruh variabel masing-masing atribut produk terhadap keputusan pembelian Kebab Turki Baba Rafi yaitu untuk ; koefisien korelasi antara variabel harga (X_1) dengan keputusan pembelian Kebab Turki Baba Rafi (Y) sebesar 0,276, hal ini berarti korelasinya rendah, koefisien korelasi antara variabel rasa atau aroma (X_2) dengan keputusan pembelian Kebab Turki Baba Rafi (Y) sebesar 0,385, hal ini berarti korelasinya sedang, koefisien korelasi antara variabel kemasan (X_3) dengan keputusan pembelian Kebab Turki Baba Rafi (Y) sebesar 0,298, hal ini berarti korelasinya rendah, koefisien korelasi antara variabel pelayanan (X_4) dengan perilaku membeli Kebab Turki Baba Rafi (Y) sebesar 0,213, hal ini berarti korelasinya rendah, dan koefisien korelasi antara variabel ukuran (X_5) dengan keputusan pembelian Kebab Turki Baba Rafi (Y) sebesar 0,420, hal ini berarti korelasinya cukup kuat.

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT. Atas rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kebab Turki Baba Rafi Di Jember”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Jurusan Administrasi Niaga Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Dalam menyusun skripsi ini, penulis telah mendapatkan petunjuk dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
2. Drs. Sasongko, M.Si, selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi.
3. Drs. Poerwanto, MA, selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Niaga.
4. Dr. Edy Wahyudi, MM., selaku Dosen Pembimbing I, dan Drs. Totok Supriyanto, M.Si., selaku Dosen Pembimbing II, yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan perhatian dalam penulisan skripsi ini;
5. Drs. Supriyadi, M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing selama penulis menjadi mahasiswa;
6. Papaku tercinta Sukirman dan Mamaku tersayang Sri Umi Ambarwati yang memberikan kasih sayang dan nggak pernah bosan ngingetin aku untuk lulus kuliah. Terutama untuk nasehat yang paling ampuh untuk memberi kemudahan di setiap langkahku.
7. Istriku, Yuliana Handayani yang memberikan cinta kasih dan kesetiannya yang selalu mendampingi. Dengan adanya perbedaan itu yang membuat kita saling mengisi satu sama lain. Semoga kita akan selalu bersama untuk selamanya.

8. Buah hatiku Calysta Ratih Putri Nugraha, putri kesayangaku yang mungil, lucu. Kamu adalah sumber dari semangat Ayah nak, Ayah akan selalu menyayangimu dan menjagamu untuk selamanya.
9. Adikku Erik Pandu Prasetyo, Lisa Dwi Puspasari dan Agil Fajar Gumilang orang paling terdekat untuk bisa saling bagi cerita, tetaplah berjuang agar bisa menjadi lebih baik.
10. Keluargaku di Jember, Pak Fusliyanto, Ibu Ulyana terima kasih memberi dukungan petunjuk dan nasehat-nasehat selama aku di Jember.
11. Sobatku Dion Valvata dan Bagus imanullah. Kesuwun sing uakeh dulur. Skripsiku ni gak bakal slesai tanpa bantuan mu sobat.
12. My Best Prend I Gusti Agung Putu Danendra, Micco Nindita dan Asep. Dimanapun kalian berada, kalian adalah sahabat terbaik yang pernah kumiliki. Kangen aku rek...!!!
13. Sahabat Sejatiku Dedek Alunk, Ribut Santoso, Kliwon Sewor, Doni Gendeng, Andre Ganden, Duwik Baril, Trik ayah, plus semua anak - anak OBLO Jember Kidul dan para penghuni Mabes PT. Cangkruk Jaya. I Lope U Pull.. Ayo kapan mburu maneh boz..??!!
14. Teman seataap seperjuangan Pak Mat, Arip, Bagus, Abu, Agan, Mas Pikun, Adul, Galieh, Tukul, Kholis, Jepri, matur tengkyu untuk segala kisah dan kebersamaan selama ini. Gak ada loe gak rame..
15. Buat anak – anak Administrasi Niaga ‘04 salam hangat selalu.
16. Buat temen – temenku yang tidak bisa disebutkan satu – satu kalian punya cerita tersendiri.

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

Jember,

Penulis

DAFTAR ISI

	<i>Halaman</i>
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iv
HALAMAN PEMBIMBINGAN	v
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	vi
RINGKASAN	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Batasan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	6
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Konsep Pemasaran	7
2.1.2 Konsep Produk	8
2.1.3 Pengertian Atribut Produk.....	9
2.2 Perilaku konsumen	11
2.2.1 Pengertian Perilaku Konsumen	11
2.2.2 Pengambilan Keputusan Pembelian	14
2.2.3 Faktor Pendukung lain yang Mempengaruhi Perilaku	

Membeli	15
2.2.4 Pengaruh Atribut Produk Terhadap Pembelian	
Konsumen	20
2.3 Model atau Kerangka Penelitian	21
2.4 Hipotesis Penelitian	22
2.5 Hasil Penelitian Terdahulu.....	23

BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian	25
3.2 Data dan Tehnik Pengumpulan Data	25
3.2.1 Sumber Data	25
3.2.2 Tehnik Pengumpulan Data	25
3.3 Variabel Penelitian	26
3.3.1 Variabel Bebas (Atribut Produk / Variabel X)	27
3.3.2 Variabel Terikat (Keputusan Pembelian / Variabel Y) ...	27
3.4 Definisi Operasional Variabel	27
3.5 Instrumen Atau Alat Pengumpul Data	29
3.5.1 Instrumen Penelitian	29
3.5.2 Skala Likert	29
3.5.3 Uji Analisis Validitas dan Analisis Reliabilitas	29
3.6 Populasi dan Sampel	36
3.6.1 Populasi Penelitian	36
3.6.2 Sampel Penelitian	36
3.7 Tehnik Analisa Data	37
3.7.1 Analisa Diskriptif	37
3.7.2 Analisa Statistik	37
3.7.2.1 Analisa Regresi Berganda	38
3.7.2.2 Pengujian Hipotesis Dengan Uji Secara Serentak Atau Uji F	38
3.7.2.3 Pengujian Hipotesis Dengan Uji Parsial	

Atau Uji t	39
3.7.2.4 Koefisien Korelasi	40
3.7.2.5 Analisis Koefisien Determinasi Berganda	41
BAB 4. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN ANALISA DATA	
4.1 Gambaran Umum Perusahaan Profil Responden	42
4.1.1 Sejarah dan Latar Belakang PT. Baba Rafi Indonesia.....	42
4.1.2 Kegiatan dan Platform Perusahaan	43
4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan	44
4.1.4 Visi, Misi, Goal, dan Strategi Perusahaan	52
4.1.4.1 Visi dan Misi	52
4.1.4.2 Goal	52
4.1.4.3 Strategi Perusahaan	52
4.1.5 Penghargaan yang Diraih Kebab Turki Baba Rafi	52
4.2 Analisis Data	55
4.2.1 Profil Responden	55
4.2.2 Deskripsi Tentang Responden yang Digunakan untuk Penelitian	56
4.2.3 Analisis Pengaruh Atribut Produk Terhadap Perilaku Membeli Produk Kebab Turki Baba Rafi	68
4.3 Pengujian Hipotesis	70
4.4 Pembahasan	76
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	78
5.1 Kesimpulan	78
5.2 Saran	78

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	<i>Halaman</i>
3.1 Hasil uji validitas item-item variabel harga	31
3.2 Hasil uji validitas item-item variabel rasa atau aroma	31
3.3 Hasil uji validitas item-item variabel kemasan	32
3.4 Hasil uji validitas item-item variabel pelayanan	32
3.5 Hasil uji validitas item-item variabel ukuran	32
3.6 Hasil uji validitas item-item variabel keputusan pembelian	33
3.7 Hasil uji reliabilitas item-item variabel harga	34
3.8 Hasil uji reliabilitas item-item variabel rasa atau aroma	34
3.9 Hasil uji reliabilitas item-item variabel kemasan	35
3.10 Hasil uji reliabilitas item-item variabel pelayanan	35
3.11 Hasil uji reliabilitas item-item variabel ukuran	35
3.12 Hasil uji reliabilitas item-item variabel keputusan pembelian	36
4.1 Klasifikasi responden berdasarkan gender	55
4.2 Klasifikasi responden berdasarkan penghasilan	56
4.3 Penilaian Responden terhadap Item Pertanyaan Harga di Kebab Turki Baba Rafi Sesuai dengan Kualitas Masakan yang Disajikan	57
4.4 Penilaian Responden terhadap Item Pertanyaan Harga di Kebab Turki Baba Rafi Sesuai dengan Fasilitas yang Dimiliki	57
4.5 Penilaian Responden terhadap Item Pertanyaan Harga di Kebab Turki Baba Rafi Sesuai dengan Pelayanan yang Diberikan	58
4.6 Penilaian Responden terhadap Item Pertanyaan Rasa Kebab Turki Baba Rafi Lezat	58
4.7 Penilaian Responden terhadap Item Pertanyaan Kebab Turki Baba Rafi Memiliki Aroma atau Cita Rasa yang Sedap dan Khas.....	59
4.8 Penilaian Responden terhadap Item Pertanyaan Kebab Turki Baba Rafi Sesuai dengan Selera Konsumen	59
4.9 Penilaian Responden terhadap Item Pertanyaan Kemasan Dapat	

Memenuhi Sasaran Berupa Keamanan dan Kemanfaatan	60
4.10 Penilaian Responden terhadap Item Pertanyaan Kemasan di Kebab Turki Baba Rafi Mempunyai Identifikasi Dengan Produk Pesaing	60
4.11 Penilaian Responden terhadap Item Pertanyaan Ada Bentuk dan Ciri Kemasan yang Menarik	61
4.12 Penilaian Responden terhadap Item Pertanyaan Pelayanan di Kebab Turki Baba Rafi Menyenangkan, Cepat dalam Penyajian	62
4.13 Penilaian Responden terhadap Item Pertanyaan Pelayanan Di Kebab Turki Baba Rafi Didukung Penampilan Karyawan yang Rapi, Ramah dan Selalu Siap Membantu	62
4.14 Penilaian Responden terhadap Item Pertanyaan Tercipta Suasana dengan Kebersihan yang Selalu Terjaga	63
4.15 Penilaian Responden terhadap Item Pertanyaan Ukuran di Kebab Turki Baba Rafi mengikuti Sesuai Dengan Kebutuhan Konsumen	64
4.16 Penilaian Responden terhadap Item Pertanyaan Dengan Berbagai Macam Ukuran yang Ditawarkan Memberikan kebebasan memilih sesuai selera Dalam Pembelian.....	64
4.17 Penilaian Responden terhadap Item Pertanyaan Saya berminat membeli karena adanya kebutuhan atau keinginan	65
4.18 Penilaian Responden terhadap Item Pertanyaan Saya berminat membeli produk setelah mencari informasi dan sumber – sumber yang berkaitan	66
4.19 Penilaian Responden terhadap Item Pertanyaan Saya membeli setelah melakukan penilaian dan seleksi terhadap berbagai informasi alternatif	66
4.20 Penilaian Responden terhadap Item Pertanyaan Saya memutuskan membeli untuk memenuhi keinginan kebutuhan	67
4.21 Penilaian Responden terhadap Item Pertanyaan Saya merasakan kepuasan setelah melakukan pembelian	68

4.22 Hasil Regresi Linier Berganda Metode OLS	69
4.23 Hasil Olah Data Koefisien Korelasi Berganda	74
4.24 Hasil Olah Data Koefisien Korelasi Parsial	74

DAFTAR GAMBAR

	<i>Halaman</i>
1. Model menyeluruh dari perilaku pembelian	12
2. Model terperinci perilaku konsumen	13
3. Gambar Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian	16
4. Bagan Kerangka Pemikiran	21
5. Koefisien korelasi	41
6. Struktur organisasi perusahaan	44
7. Gambar Detail Kerja Staff COO	46
8. Gambar Fungsi Tugas	46