

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
PADA PT FOCUS DIGISELLINDO UTAMA**

SKRIPSI



**Oleh:
Jessy
150910194**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
2019**

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
PADA PT FOCUS DIGISELLINDO UTAMA**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh:
Jessy
150910194**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
2019**

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana, dan/atau magister), baik di Universitas Putera Batam maupun di perguruan tinggi lain;
2. Skripsi ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing;
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka;
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Batam, 02 Februari 2019
Yang membuat pernyataan,



Jessy
150910194

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
PADA PT FOCUS DIGISELLINDO UTAMA**

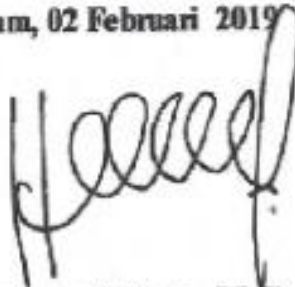
SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh:
Jessy
150910194**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini**

Batam, 02 Februari 2019



**Hervenzus, S.Kom., M.Si.
Pembimbing**

ABSTRAK

Sekarang ini, peralatan telekomunikasi seperti *smartphone* berada pada prioritas utama untuk kebanyakan orang untuk melancarkan aktivitas sehari-hari. Dari tahun ke tahun, jumlah pengguna *smartphone* semakin meningkat, hal tersebut juga dikarenakan adanya fungsi dari *smartphone* itu sendiri bukan hanya sekedar sebagai alat telekomunikasi, tetapi juga sebagai media untuk bisnis, penyimpanan data pribadi, dan bahkan untuk tujuan hiburan. Oleh karena itu, penelitian ini dilaksanakan pada PT Focus Digisellindo Utama, yang bergerak dalam bidang telekomunikasi. Adapun permasalahan yang dihadapi oleh PT Focus Digisellindo Utama, yaitu 1) peningkatan harga *smartphone* yang semakin tinggi, 2) atribut produk yang tidak sesuai dengan harga yang ditawarkan, dan 3) persaingan di dunia *smartphone* yang semakin ketat. Tujuan dari dilakukannya penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh atribut produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen. Objek dari penelitian ini hanya terbatas pada atribut produk dan harga sebagai variabel independen dan keputusan pembelian konsumen sebagai variabel dependen. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel untuk menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini adalah dengan *probability sampling*, yaitu dengan menggunakan *simple random sampling*. Sampel yang diambil untuk penelitian ini adalah sebanyak 120 responden yang berasal dari konsumen PT Focus Digisellindo Utama. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner, dan data yang telah terkumpul tersebut akan diolah melalui program SPSS 25. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa atribut produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen dengan nilai signifikansi berturut-turut 0,032 dan 0,000.

Kata Kunci: Atribut Produk; Harga; Keputusan Pembelian Konsumen.

ABSTRACT

Nowadays, telecommunication equipment such as smartphone is currently at the first level of priority for most people to carry out their daily activities. Each and every year, smartphone users also keep increasing, because the function of the smartphone itself is no longer merely as a telecommunication equipment, but also as a media for business, personal data storage, and even for entertainment purposes. Therefore, this research was conducted at PT Focus Digisellindo Utama, which engaged in telecommunication sector. As there were problems that occur in PT Focus Digisellindo Utama, such as 1) smartphone's price are getting higher, 2) product attributes that is not compatible with the price offered, and 3) competition in the smartphone industry is getting tougher. The purpose of this research is to determine the effect of product attributes and price towards consumers' purchasing decision. The method used in this research is quantitative research. The object of this research is limited only to the product attribute and price as the independent variable and consumers' purchasing decision as the dependent variable. The sampling method to determine the sample in this research is probability sampling, which is simple random sampling. The samples of this research were taken as much as 120 respondents of PT Focus Digisellindo Utama's customers. The data collection method of this research was conducted by distributing questionnaire and the collected data will be processed through SPSS 25 program. The results of this research have shown that there is a positive and significant influences between Product Attributes and Price towards Consumers' Purchasing Decision with the significance level of 0,032 and 0,000 consecutively.

Keywords: *Product Attributes; Price; Consumer Purchasing Decision.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Bapak Suhardianto, S.Hum., M.Pd. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
4. Pak Heryenzus, S.Kom., M.Si. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam, yang telah bersedia meluangkan waktunya dalam memberikan bimbingan dan pengarahan yang sangat berharga bagi penulis dalam rangka penulisan skripsi ini.
5. Bapak Raymond, S.E., M.Sc., dan Bapak Rikson Pandapotan Tampubolon, S.E., M.Si., selaku dosen Penguji Universitas Putera Batam
6. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam
7. Ibu Mega Susanti, S.E., selaku Sales Manager pada PT Focus Digisellindo Utama, yang telah membantu penulis dalam pengambilan data penelitian.
8. Kedua orang tua, yang telah memberikan dorongan dan mendukung penulis dalam menyelesaikan studi.
9. Seluruh teman-teman seperjuangan, terutama mahasiswa jurusan manajemen bisnis angkatan 2019 yang banyak memberikan bantuan selama penyusunan skripsi ini.
10. Para responden atas partisipasinya.
11. Dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Amin.

Batam, 02 Februari 2019

Jessy

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	4
1.3. Batasan Masalah	5
1.4. Rumusan Masalah	5
1.5. Tujuan Penelitian.....	6
1.6. Manfaat Penelitian.....	6
1.6.1. Manfaat Teoritis	6
1.6.2. Manfaat Praktis	6
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 8
2.1. Kajian Teori.....	8
2.1.1. Atribut Produk.....	8
2.1.1.1. Pengertian Atribut Produk	8
2.1.1.2. Komponen Atribut Produk.....	9
2.1.1.3. Indikator Atribut Produk	10
2.1.2. Harga	11
2.1.2.1. Pengertian Harga	11
2.1.2.2. Faktor yang Memengaruhi Penetapan Harga.....	12
2.1.2.3. Klasifikasi Harga.....	12
2.1.2.4. Tujuan Harga.....	13
2.1.2.5. Indikator Harga	14
2.1.3. Keputusan Pembelian Konsumen	14
2.1.3.1. Pengertian Keputusan Pembelian Konsumen	14
2.1.3.2. Struktur Keputusan Pembelian.....	15
2.1.3.3. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen	17
2.1.3.4. Faktor-faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian	18
2.1.3.5. Indikator Keputusan Pembelian Konsumen.....	19

2.2.	Penelitian Terdahulu.....	19
2.3.	Kerangka Pemikiran	22
2.4.	Hipotesis Penelitian	22
BAB III METODE PENELITIAN.....		23
3.1.	Desain Penelitian.....	23
3.2.	Operasional Penelitian.....	23
3.2.1.	Variabel Independen	23
3.2.2.	Variabel Dependen.....	24
3.3.	Populasi	26
3.4.	Sampel	26
3.5.	Teknik Pengumpulan Data	27
3.6.	Metode Analisis Data	28
3.6.1.	Analisis Deskriptif	28
3.6.2.	Uji Kualitas Data.....	29
3.6.2.1.	Uji Validitas	29
3.6.2.2.	Uji Reliabilitas	29
3.6.3.	Uji Asumsi Klasik.....	30
3.6.3.1.	Uji Normalitas.....	30
3.6.3.2.	Uji Multikolinearitas.....	30
3.6.3.3.	Uji Heteroskedastisitas	30
3.6.4.	Uji Pengaruh	31
3.6.4.1.	Uji Regresi Linear Berganda	31
3.6.4.2.	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	32
3.7.	Uji Hipotesis.....	32
3.7.1.	Pengujian Secara Simultan (Uji F).....	32
3.7.2.	Pengujian Secara Parsial (Uji T).....	32
3.8.	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	33
3.8.1.	Lokasi Penelitian.....	33
3.8.2.	Jadwal Penelitian.....	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		34
4.1.	Hasil Penelitian.....	34
4.1.1.	Profil Responden Penelitian.....	34
4.1.1.1.	Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	34
4.1.1.2.	Data Responden Berdasarkan Umur	35
4.1.1.3.	Data Responden Berdasarkan Seri <i>Smartphone</i>	35
4.1.1.4.	Data Responden Berdasarkan Pekerjaan	36
4.1.2.	Analisis Deskriptif	37
4.1.2.1.	Analisis Deskriptif Variabel Atribut Produk.....	37
4.1.2.2.	Analisis Deskriptif Variabel Harga.....	39
4.1.2.3.	Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian Konsumen	41
4.1.3.	Hasil Uji Kualitas Data	43

4.1.3.1. Hasil Uji Validitas	43
4.1.3.2. Hasil Uji Reliabilitas	44
4.1.4. Hasil Uji Asumsi Klasik	45
4.1.4.1. Hasil Uji Normalitas	45
4.1.4.2. Hasil Uji Multikolinearitas.....	47
4.1.4.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas	48
4.1.5. Hasil Uji Pengaruh	50
4.1.5.1. Regresi Linear Berganda.....	50
4.1.5.2. Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	51
4.1.6. Hasil Uji Hipotesis	52
4.1.6.1. Uji T (Regresi Parsial)	52
4.1.6.2. Uji F (Regresi Simultan).....	53
4.2. Pembahasan	54
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	57
5.1. Simpulan.....	57
5.2. Saran	58
DAFTAR PUSTAKA.....	59
LAMPIRAN	
Lampiran 1. Surat Keterangan Penelitian	
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup	
Lampiran 3. Kuesioner Penelitian	
Lampiran 4 Tabulasi Hasil Input Kuesioner	
Lampiran 5. Hasil Pengolahan Data (Output SPSS)	
Lampiran 6. Tabel R	
Lampiran 7. Tabel F	
Lampiran 8. Tabel T	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	22
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas (Histogram).....	45
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas (P-Plot).....	46
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	48

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Perbandingan antara Atribut Produk dan Harga.....	3
Tabel 1.2 Data Penjualan PT Focus Digisellindo Utama.....	3
Tabel 3.1 Tabel Operasional Variabel.....	25
Tabel 3.2 Skala Likert	28
Tabel 4.1 Persentase Jenis Kelamin Konsumen.....	34
Tabel 4.2 Persentase Umur Konsumen	35
Tabel 4.3 Persentase Seri Smartphone	36
Tabel 4.4 Persentase Pekerjaan Konsumen.....	36
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Atribut Produk (X_1)	38
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Harga (X_2).....	40
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Keputusan Pembelian Konsumen (Y).....	42
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Instrumen Atribut Produk	43
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Instrumen Harga.....	44
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Instrumen Keputusan Pembelian Konsumen	44
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas	45
Tabel 4.12 Hasil Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	47
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas.....	48
Tabel 4.14 Hasil Uji Heteroskedastisitas	49
Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	50
Tabel 4.16 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	51
Tabel 4.17 Hasil Uji T (Regresi Parsial).....	52
Tabel 4.18 Hasil Uji F (Regresi Simultan).....	53

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Interval Skor Variabel.....	29
Rumus 3.2 Persamaan Regresi Berganda.....	31