



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR ATRIBUT PRODUK YANG  
MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI  
PRODUK KOSMETIK DI SWALAYAN ADA KUDUS**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan Strata Satu (S1)

Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Universitas Muria Kudus

Oleh:

**AMALIA FACHRUNNISA'**

**NIM. 2014-11-307**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

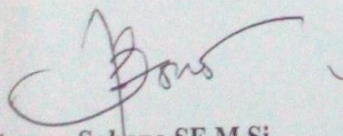
**2018**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR ATRIBUT PRODUK YANG  
MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI  
PRODUK KOSMETIK DI SWALAYAN ADA KUDUS**

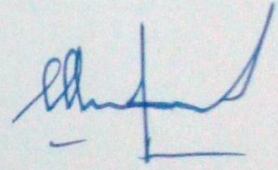
Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan tim penguji ujian skripsi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus.....2018

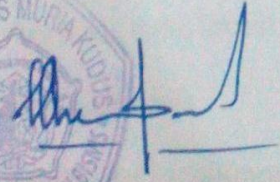
Mengetahui,  
Ketua Program Studi Manajemen

  
Agung Subono, SE, M.Si  
NIDN. 0520017602

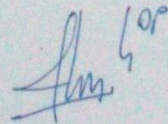
Dosen Pembimbing I

  
(Dr. H. Mochamad Edris, Drs., MM)  
NIDN.0618066201

Mengetahui,  
Dekan

  
Dr. H. Mochamad Edris, Drs., MM  
NIDN.0618066201

Dosen Pembimbing II

  
(Indah Dwi Prasetyaningrum, SE. MM)  
NIDN. 0022038001

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

Sesungguhnya sesudah kesulitan pasti ada kemudahan, maka manakala kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmu lah kamu berharap.

(QS. Al-Insyirah: 6-8)

Skripsi ini aku persembahkan kepada:

1. Kedua orang tuaku tercinta
2. Kakakku tersayang
3. Sahabatku yang selalu menemani dan memberikan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini
4. Almamater Universitas Muria Kudus



## KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT Yang Maha Pengasih Lagi Maha Penyayang yang telah melimpahkan rizki, karunia dan hidayahNya kepada penulis, sehingga skripsi yang berjudul: **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR ATRIBUT PRODUK YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI PRODUK KOSMETIK DI SWALAYAN ADA KUDUS”** dapat diselesaikan dengan baik pada waktu yang telah ditentukan.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Strata Satu (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Skripsi ini dapat tersusun dan terselesaikan atas bantuan, bimbingan, saran dan masukan, juga dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini, penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Yang terhormat Bapak Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
2. Yang terhormat Bapak Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis dalam prosen penyusunan skripsi.
3. Yang terhormat Ibu Indah Dwi Prasetyaningrum, SE., MM selaku dosen pembimbing II yang dengan sabar memberikan petunjuk, bimbingan, dan arahan sehingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.

4. Yang terhormat Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis.
5. Staff Personalia Swalayan ADA Kudus yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk melakukan penelitian di perusahaan yang ia pimpin.
6. Kedua Orang Tuaku yang selalu memberikan dukungan serta do'anya demi kelancaran dalam studi dan penyusunan skripsi ini.
7. Sahabat-sahabatku yang telah memberikan support kepada penulis, terima kasih telah menemani saat suka maupun duka.
8. Semua pihak yang terlibat dan telah memberikan bantuannya hingga skripsi ini selesai.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan saran yang membangun dari para pembaca. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pembaca. Terimakasih.

Kudus, Juli 2018

Penulis

Amalia Fachrunnisa'

NIM. 201411307

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR ATRIBUT PRODUK YANG  
MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI  
PRODUK KOSMETIK DI SWALAYAN ADA KUDUS**

Amalia Fachrunnisa'

NIM. 2014-11-307

Dosen Pembimbing 1 : Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM

2 : Indah Dwi Presetyaningrum, SE., MM

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**ABSTRAKSI**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor atribut produk apa saja yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk kosmetik di Swalayan ADA Kudus. Adapun faktor-faktor atribut produk yang diteliti adalah merek, kemasan, kualitas produk, harga, dan ketersediaan produk. Metode pengambilan data adalah menggunakan metode wawancara dan penyebaran angket (kuisisioner) kepada konsumen yang menjadi responden. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, dengan jumlah responden sebanyak 96 responden. Analisis data menggunakan analisis deskriptif dan regresi linear berganda.

Hasil dari penelitian ini adalah faktor-faktor atribut produk yang meliputi merek, kemasan, kualitas produk, harga, dan ketersediaan produk, secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 60,9% sedangkan, 39,1% lainnya dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Selanjutnya, faktor merek, kemasan, kualitas produk, harga, dan ketersediaan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian secara parsial. Variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kosmetik di Swalayan ADA Kudus adalah variabel harga hal ini ditunjukkan dari hasil analisis regresi dengan nilai koefisien Beta sebesar 0.297 dan nilai probabilitas signifikansi adalah 0,000.

**Kata Kunci:**Atribut Produk, Keputusan Pembelian.

**ANALYSIS OF PRODUCT ATTRIBUTES FACTORS AFFECTING  
CONSUMER DECISIONS BUYING COSMETIC PRODUCTS IN  
SWALAYAN ADA KUDUS**

Amalia Fachrunnisa'

NIM. 2014-11-307

Advisor 1: Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM

2: Indah Dwi Presetyaningrum, SE., MM

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**ABSTRACT**

This study aims to analyze the factors of any product attributes that influence consumer decisions in buying cosmetic products in Swalayan ADA Kudus. The product attribute factors studied are brand, packaging, product quality, price, and product availability. Method of data retrieval is using method of interview and spreading of questionnaire to consumer which become respondent. Sampling technique in this research use *purposive sampling method*, with total of respondents counted 96 responder. Data analysis using descriptive analysis and regression analysis.

The result of this research are product attribute factors which include brand, packaging, product quality, price, and product availability, simultaneously significant effect on purchasing decision equal to 60,9% whereas, other 39,1% influenced by other variables which was not investigated in this study. Furthermore, the factor of brand, packaging, product quality, price, and product availability significantly influence partial purchasing decision. The most dominant variable influencing the purchasing decision of cosmetic product at Swalayan ADA Kudus is price variable this is indicated from result of regression analysis with Beta coefficient value equal to 0.297 and probability value of significance is 0.000.

**Keywords: Product Attributes, Purchase Decision.**



## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAKSI .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Ruang Lingkup .....	5
1.3. Perumusan Masalah.....	6
1.4. Tujuan Penelitian.....	7
1.5. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1. Manajemen Pemasaran.....	9
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	9
2.1.2 Bauran Pemasaran .....	10
2.2. Produk.....	12
2.2.1 Pengertian Produk .....	12
2.2.2 Klasifikasi Produk .....	13
2.3. Atribut Produk .....	15



2.4. Faktor-faktor Atribut produk.....	16
2.4.1. Merek.....	16
2.4.2. Kemasan .....	20
2.4.3.Kualitas Produk .....	21
2.4.4. Harga .....	24
2.4.5. Ketersediaan Produk.....	26
2.5. Keputusan Pembelian .....	27
2.5.1. Pengertian Keputusan Pembelian .....	27
2.5.2. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	28
2.5.3. Dimensi Keputusan Pembelian.....	30
2.5.4. Indikator Keputusan Pembelian.....	32
2.6. Teori Hubungan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian	32
2.6.1. Hubungan Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	32
2.6.2. Hubungan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian .....	33
2.6.3. Hubungan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	33
2.6.4. Hubungan Harga Terhadap Kualitas Pembelian .....	34
2.6.5. Hubungan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	34
2.7. Penelitian Terdahulu.....	35
2.8. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	38
2.9. Hipotesis .....	39

BAB III METODE PENELITIAN .....	41
3.1. Rancangan Penelitian.....	41
3.2. Variabel Penelitian.....	41
3.2.1. Jenis Variabel .....	41
3.2.2. Definisi Operasional Variabel .....	42
3.3. Jenis dan Sumber Data.....	46
3.4. Populasi dan Sampel.....	47
3.5. Pengumpulan Data.....	48
3.6. Uji Instrumen Data .....	49
3.6.1. Uji Validitas.....	49
3.6.2. Uji Reliabilitas.....	51
3.7. Pengolahan Data .....	52
3.8. Analisis Data.....	53
3.8.1. Analisis Deskriptif.....	53
3.8.2. Analisis Kuantitatif.....	54
3.8.3. Uji Regresi Parsial (uji t).....	55
3.8.4. Uji regeresi Berganda (uji F).....	56
3.8.5. Uji Koefisien Determinasi .....	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	58
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	58
4.1.1. Profil Perusahaan .....	58

4.2. Penyajian Data .....	59
4.2.1. Karakteristik Responden.....	60
4.2.2 .Tanggapan Responden Terhadap Variabel.....	63
4.3. Analisis Data.....	70
4.3.1. Analisis Regresi Linear .....	70
4.4. Pembahasan .....	77
BAB V KESIMPULAN .....	86
5.1. Kesimpulan .....	86
5.2. Saran .....	87
DAFTAR PUSTAKA .....	90
LAMPIRAN	





## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Hasil Pengujian Validitas Variabel Penelitian .....	50
Tabel3.2 Hasil pengujian Reliabilitas Variabel Penelitian .....	52
Tabel4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	60
Tabel4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Status .....	61
Tabel4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	61
Tabel4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	62
Tabel4.5 Tanggapan Responden Tentang Variabel Merek.....	64
Tabel4.6 Tanggapan Responden Tentang Variabel Kemasan .....	65
Tabel4.7 Tanggapan Responden Tentang Variabel Kualitas Produk .....	66
Tabel4.8 Tanggapan Responden Tentang Variabel Harga .....	67
Tabel4.9 Tanggapan Responden Tentang Variabel Ketersediaan Produk..	68
Tabel4.10 Tanggapan Responden Tentang Variabel Keputusan Pembelian	69
Tabel4.11 Hasil Analisis Regresi .....	70
Tabel4.12 Hasil Analisis Regresi Parsial Uji t.....	72
Tabel4.13 Hasil Analisis Regresi Berganda Uji F .....	74
Tabel4.14 Kesimpulan Hasil Analisis Regresi Berganda Uji F.....	75
Tabel4.15 Hasil Analisis Uji Koefisien Determinasi.....	76

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar2.1 Tahapan Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	28
Gambar2.2 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	38
Gambar4.1 Hasil Analisis Kerangka Pemikiran Teoritis.....	85

