



**PENGARUH ATRIBUT PRODUK, BAURAN  
PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
TOKO ROTI LISCHA JEPARA**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat  
Untuk menyelesaikan jenjang pendidikan  
Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi  
Universitas Muria Kudus

Diajukan oleh :

**FATHUL MUIN**  
NIM. 2008-11-079

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

**TAHUN 2012**

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK, BAURAN PROMOSI, DAN  
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PADA TOKO ROTI LISCHA JEPARA**

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan di hadapan Tim Penguji Ujian  
Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.

Kudus, .....2012

Mengetahui

Ketua ProgDi

Pembimbing I

Dian Wismar'ain, SE.MM  
NIS. 0610701000001177

Drs. M. Masruri, MM  
NIS. 0610702010101002

Mengetahui

D e k a n

Pembimbing II

Drs. M. Masruri, MM  
NIS. 0610702010101002

Drs. H. Chanafi Ibrahim, MM  
NIS. 0610702010101004

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Jikalau mereka sungguh-sungguh ridha dengan apa yang diberikan Allah dan RasulNya kepada mereka, dan berkata: "Cukuplah Allah bagi kami, Allah akan memberikan sebagian dari karunia-Nya dan demikian (pula) Rasul-Nya, sesungguhnya kami adalah orang-orang yang berharap kepada Allah," (tentulah yang demikian itu lebih baik bagi mereka).

(Q.S. At Taubah Ayat 59)



Persembahan:

1. Bapak dan Ibu tercinta yang selalu mendo'akanku.
2. Saudara-saudaraku yang selalu support aku
3. Seseorang yang Insya Allah menjadi pendamping hidupku kelak
4. Sahabat-sahabatku yang berbagi suka dukanya
4. Almamater UMK

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan Rahmat, Taufik, dan Hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: "PENGARUH ATRIBUT PRODUK, BAURAN PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO ROTI LISCHA JEPARA" sesuai dengan waktu yang telah ditentukan.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat yang harus dilengkapi oleh setiap mahasiswa untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih serta penghargaan yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat:

1. Bapak Drs. M. Masruri, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus dan sekaligus selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan hingga skripsi ini selesai.
2. Bapak Drs. H. Chanafi Ibrahim, MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu memberikan pengarahan dan petunjuk dalam proses penulisan skripsi hingga selesainya skripsi ini.
3. Ibu Dian Wismar'ain, SE.MM selaku Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus

4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah memberikan ilmunya serta seluruh Staf Karyawan Fakultas ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah membantu penulis selama melakukan studi.
5. Pimpinan Toko Roti Lischa Jepara yang telah memberikan ijin penelitian, dan membantu memberikan data-data yang penulis perlukan dalam penelitian ini.
6. Seluruh responden yang telah berkenan meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner yang penulis berikan.
7. Seluruh keluargaku tercinta, terutama Bapak dan Ibu tercinta terima kasih atas dukungannya selama, tanpa mereka penulis tidak berarti apa-apa, terima kasih untuk do'a dan dukungannya.
8. Sahabat-sahabat, dan semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis sudah berusaha semaksimal mungkin, tapi dalam kenyataannya masih ada kekurangan dalam penulisannya, penulis mohon maaf dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi penelitian selanjutnya.

Kudus, September 2012

Penulis

Fathul Muin

ABSTRAKSI  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
STATUS TERAKREDITASI  
SKRIPSI : SEPTEMBER 2012

- A. Nama : FATHUL MUIN
- B. Judul Skripsi : PENGARUH ATRIBUT PRODUK, BAURAN PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO ROTI LISCHA JEPARA
- C. Jumlah Halaman : Permulaan xi, Isi 67, Tabel 16, Gambar 2
- D. Ringkasan

Konsumen dalam membeli produk roti tidak terlepas dari proses pengambilan keputusan, maka sangat penting perusahaan untuk mengetahui dan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian produk roti, diantaranya adalah atribut produk, bauran promosi dan kualitas pelayanan. Suatu produk betapapun bermanfaat, tapi jika tidak dikenal oleh konsumen, maka produk tersebut tidak akan diketahui kemanfaatannya (Fandy Tjiptono, 2004). Oleh karena itu perusahaan harus bisa mempengaruhi konsumen untuk dapat menciptakan permintaan atas produk itu. Sedangkan alat yang digunakan oleh perusahaan untuk memperkenalkan produk dan mendorong masyarakat untuk melakukan pembelian adalah promosi. Dalam menentukan unsur bauran promosi yang paling efektif dan mengkombinasikan antar unsur-unsur tersebut adalah merupakan tugas dari manajemen pemasaran. Meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi harapan konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan daripada yang dilakukan oleh pesaing. Prioritas utama pada manajemen adalah kualitas pelayanan, dengan pelayanan yang berkualitas diharapkan kepuasan pelanggan akan terwujud, apabila pelayanan yang diharapkan sama dengan yang dirasakan, atau bahkan hasil yang dirasakan melebihi yang diharapkan.

Tujuan penelitian adalah menguji pengaruh atribut produk, bauran promosi, dan kualitas pelayanan secara parsial dan berganda terhadap keputusan pembelian pada Toko Roti Lischa Jepara serta menentukan variabel yang mempunyai pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian pada Toko Roti Lischa Jepara.

Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang diberikan kepada konsumen yang telah ditentukan menjadi sampel penelitian, kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis regresi.

Hasil penelitian memberikan hasil bahwa ada pengaruh variabel atribut produk, bauran promosi, dan kualitas pelayanan secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Toko Roti Lischa Jepara. Hasil tersebut dibuktikan dari uji hipotesis secara parsial yang menunjukkan t hitung variabel atribut produk sebesar 2,989, t hitung variabel bauran promosi 2,518, t hitung variabel kualitas pelayanan sebesar 3,597 ternyata lebih besar dari nilai t tabel 1,661.

Ada pengaruh variabel atribut produk, bauran promosi, dan kualitas pelayanan secara berganda (bersama-sama) terhadap keputusan pembelian pada Toko Roti Lischa Jepara. Hasil penelitian tersebut dibuktikan dengan nilai F hitung dan nilai F tabel ternyata F hitung lebih besar dari F tabel ( $21,794 > 2,71$ ) dengan demikian atribut produk, bauran promosi, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Roti Lischa Jepara.

Berdasarkan persamaan regresi variabel yang paling berpengaruh diantara atribut produk, bauran promosi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Toko Roti Lischa Jepara adalah variabel kualitas pelayanan dengan koefisien regresi sebesar 0,239, kemudian atribut produk sebesar 0,218, urutan ketiga bauran promosi sebesar 0,182.

E. Daftar Pustaka (23 buah) : 2000-2011

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAKSI .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Ruang Lingkup .....	3
1.3. Perumusan Masalah .....	3
1.4. Tujuan Penelitian .....	4
1.5. Kegunaan Penelitian .....	4
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1. Pengertian Pemasaran .....	6
2.2. <i>Marketing Mix</i> .....	7
2.3. Atribut Produk.....	9
2.4. Bauran Promosi.....	12
2.5. Kualitas Pelayanan .....	14
2.6. Keputusan Pembelian.....	17



	Halaman
2.7. Penelitian Terdahulu .....	19
2.8. Kerangka Pemikiran.....	21
2.9. Hipotesis.....	23
<b>BAB III. METODE PENELITIAN</b>	
3.1. Rancangan Penelitian .....	24
3.2. Variabel Penelitian .....	24
3.3. Jenis dan Sumber Data .....	26
3.4. Populasi dan Sampel .....	27
3.5. Pengumpulan Data .....	28
3.6. Pengolahan Data .....	29
3.7. Uji Instrumen .....	30
3.8. Analisis Data .....	31
<b>BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	35
4.2. Penyajian Data .....	41
4.3. Analisis Data.....	53
4.4. Pembahasan.....	61
<b>BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1. Kesimpulan .....	64
5.2. Saran-saran .....	65
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>67</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu .....	20
4.1. Uji Validitas Butir-Butir Pertanyaan Atribut Produk.....	43
4.2. Uji Validitas Butir-Butir Pertanyaan Bauran Promosi.....	43
4.3. Uji Validitas Butir-Butir Pertanyaan Kualitas Pelayanan.....	44
4.4. Uji Validitas Butir-Butir Pertanyaan Keputusan Pembelian	44
4.5. Uji Reliabilitas Variabel Atribut Produk, Bauran Promosi, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian .....	45
4.6. Jenis Kelamin Responden .....	46
4.7. Umur Responden.....	47
4.8. Pekerjaan Responden.....	48
4.9. Frekuensi Variabel Atribut Produk .....	49
4.10. Frekuensi Variabel Bauran Promosi .....	50
4.11. Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan .....	51
4.12. Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian .....	52
4.13. <i>Adjusted R Square</i> .....	53
4.14. Koefisien Regresi .....	54
4.15. Model Anova.....	60

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Pikir .....	22
4.1. Struktur Organisasi Toko Roti Lischa Jepara .....	37

