

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *HANDPHONE* MEREK BLACKBERRY**

***THE INFLUENCE OF PRODUCT ATTRIBUTES TOWARD BLACKBERRY
PHONES PURCHASE DECISION***



Oleh

**SANDI FIRMANDES
20070410014**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *HANDPHONE* MEREK BLACKBERRY**

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar
Sarjana pada Fakultas Ekonomi
Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah
Yogyakarta



Oleh:
SANDI FIRMANDES
20070410014

SKRIPSI
PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *HANDPHONE* MEREK BLACKBERRY



Telah disetujui Dosen Pembimbing
Pembimbing

Ika Nurul Oamari, S.E., M.Si.

Tanggal, 23 Juli 2011

SKRIPSI
PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *HANDPHONE* MEREK BLACKBERRY

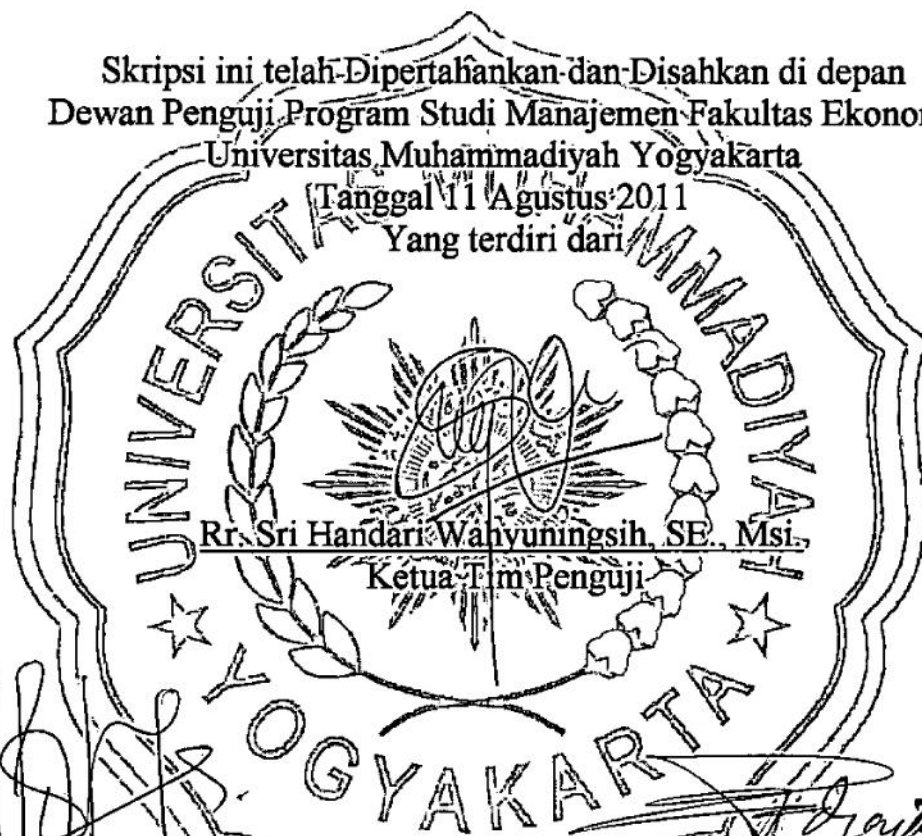
Diajukan Oleh

SANDI FIRMANDES
20070410014

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Tanggal 11 Agustus 2011

Yang terdiri dari



Hj. Indah Fatmawati, SE., MSi.
Anggota Tim Penilai

Drs. Edi Supriyono, MM.
Anggota Tim Penilai

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : SANDI FIRMANDES

Nomor Mahasiswa : 20070410014

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: "Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Handphone* Merek BlackBerry" tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut

MOTTO

“Sesungguhnya setelah kesusahan akan ada kemudahan”

(QS Al Insyiro :6)

“Seorang yang bijaksana lebih banyak menciptakan kesempatan daripada mencari kesempatan”

(F. Bacon)

“Barang siapa menempuh jalan untuk mencari ilmu, maka Allah memudahkan jalan baginya menuju surga”

(H.R. Muslim dan Tirmidzi).

Orang yang paling utama adalah orang yang berilmu yang beriman, yang apabila dibutuhkan orang maka dia akan berguna bagi orang lain dan apabila tidak dibutuhkan orang. maka berguna bagi dirinya sendiri.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan untuk :

1. Ibu dan Ayah tercinta, terima kasih untuk kasih sayang, pengertiannya dan kesabarannya selama ini
2. Kakakku
3. Keluarga besarku
4. Teman-teman seperjuangan di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
5. Almamater

INTISARI

Atribut produk merupakan karakteristik yang melekat pada produk tersebut, ada dua tipe yang berbeda pada atribut produk yakni atribut berwujud yang merupakan karakteristik fisik produk dan atribut abstrak yang merupakan karakteristik subyektif suatu produk.

Penelitian ini membahas tentang pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian handphone merek BlackBerry. Atribut produk yang dipilih sebagai variabel bebas adalah harga, mutu, merek, fisik dan layanan purna jual, serta variabel keputusan pembelian merupakan variabel terikat. Subjek penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang memakai *handphone* BlackBerry, dan obyek penelitiannya adalah *handphone* BlackBerry. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda untuk menguji pengaruh dua variabel X atau lebih terhadap satu variabel Y.

Hasil penelitian ini adalah semua variabel bebas berpengaruh terhadap keputusan pembelian *handphone* merek BlackBerry.

Kata kunci : Atribut produk dan keputusan pembelian

ABSTRACT

Product attributes are the inherent characteristics of the product, there are two different types on the attributes of tangible product attributes that are characteristic of the product physical and abstract attributes that are subjective characteristics of a product.

This research discusses the influence of product attributes to the BlackBerry brand mobile phone purchase decision. Selected product attributes as the independent variable is the price, quality, brand, physical and after-sales service, as well as the purchase decision variable is the dependent variable. The subject of this research were students Muhammadiyah University of Yogyakarta who use BlackBerry mobile phone, and the object of research is the BlackBerry mobile phone. This research uses multiple linear regression analysis to examine the effect of two or more X variables to one Y variable .

The results of this research were all independent variables affect the BlackBerry brand mobile phone purchase decision.

Key words: Product attributes and purchase decision

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb.

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat dalam penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Atribut Produk Terhadap keputusan Pembelian *Handphone* Merek BlackBerry”. Sholawat serta salam selalu kita haturkan kepada nabi Muhammad SAW.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan masukan dan bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan serta dapat memberikan masukan bagi penelitian selanjutnya.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada :

1. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Bapak Misbahul Anwar,.SE,.Msi. yang telah memberikan petunjuk, bimbingan dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.
2. Kepala Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Ibu Sri Handari Wahyuningsih,. SE,. Msi. yang telah banyak memberi kemudahan dan bimbingan selama penulis menyelesaikan skripsi

3. Ibu Ika Nurul Qamari,. SE,. Msi yang penuh kesabaran telah membimbing saya dan memberikan masukan selama proses penyelesaian skripsi ini.
4. Teman-temanku seperjuangan di Manajemen FE UMY 2007: Rian, Arwin, Tana, Dewi, Dwi, Nisa, Mitha, Indah, Fitri, Bayu, Ria, Reni, Mersa, Linda, Sulung, Nina, Lia, Fikri, Agi, Yuli terima kasih telah berjuang bersama.
5. Buat Vario-ku yang selalu menemaniku ke kampus dan netbook Acer-ku yang selalu menemaniku dalam pembuatan skripsi ini.
6. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir (skripsi) ini.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritik, saran, sangat penulis harapkan untuk pengembangan penelitian selanjutnya. Semoga kita semua dapat mengambil manfaat dan pelajaran pada karya tulis ini. Terima kasih.

Wassalamualaikum Wr Wh

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
INTISARI	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
Latar Belakang Masalah.....	1
Perumusan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian.....	7
E. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori	8
1. Produk	8
2. Atribut Produk	9
3. Keputusan Pembelian	14
B. Hasil Penelitian Terdahulu	17
C. Hipotesis Penelitian	18
D. Model Penelitian	20
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Subyek dan Obyek Penelitian	21
B. Jenis Data	21
C. Teknik Pengambilan Sampel	22

	D. Teknik Pengumpulan Data	22
	E. Definisi Operasional Variabel Penelitian	23
	F. Uji Kualitas Instrumen	26
	G. Uji Hipotesis dan Analisis Data.....	26
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	29
	B. Uji Kualitas Instrumen	37
	C. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis)	42
	D. Pembahasan (Interpretasi)	48
BAB V	SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN	
	A. Kesimpulan	51
	B. Keterbatasan Penelitian	51
	C. Saran	52

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Populasi dan tingkat pengembalian kuesioner.....	32
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas	33
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	33
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	34
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku.....	35
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menggunakan.....	36
Tabel 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi	37
Tabel 4.8	Hasil Pengujian Validitas Variabel Harga	39
Tabel 4.9	Hasil Pengujian Validitas Variabel Mutu	39
Tabel 4.10	Hasil Pengujian Validitas Variabel Merek	40
Tabel 4.11	Hasil Pengujian Validitas Variabel Fisik	41
Tabel 4.12	Hasil Pengujian Validitas Variabel Layanan Purna Jual	41
Tabel 4.13	Hasil Pengujian Validitas Keputusan Pembelian.....	41
Tabel 4.14	Hasil Pengujian Reliabilitas	43
Tabel 4.15	Hasil Pengujian Regresi Linear Berganda	44