

ABSTRAK

FAWAIDH. 050211100459. Pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian di Perumahan Graha Lavender Bangkalan. Di bawah bimbingan **Drs. Ec. Moh. Tambrin, MM** dan **Triana Setiyarini, SE, MM.**

Dalam era globalisasi yang terjadi saat ini, kebutuhan akan rumah dengan bentuk atau desain yang berbeda, mutu atau kualitas yang sangat baik serta fitur yang sangat menarik telah dijadikan sebagai sarana usaha untuk mencari penghasilan. Perumahan Graha Lavender adalah salah satu perumahan yang saat ini terus berusaha untuk meningkatkan penjualannya.

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 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 di Perumahan Graha Lavender Bangkalan. Populasi yang diteliti adalah konsumen yang membeli dan menempati rumah di Perumahan Graha Lavender Bangkalan. Sampel yang digunakan 78 responden. Variabel yang digunakan dalam penelitian meliputi mutu, tampilan atau fitur serta desain. Metode pengambilan sampel menggunakan *probability sampling* dengan tehnik analisis deskriptif dan statistik meliputi analisis regresi linier 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 rumah di Perumahan Graha Lavender Bangkalan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t-statistik lebih besar dari t-tabel. Besar pengaruh variabel mutu (X_1), tampilan atau fitur (X_2), dan desain (X_3) terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Graha Lavender Bangkalan (Y) sebesar 0,518. Besar pengaruh variabel masing-masing atribut produk terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Graha Lavender Bangkalan yaitu; koefisien korelasi antara variabel mutu (X_1) dengan keputusan pembelian rumah di Perumahan Graha Lavender Bangkalan (Y) sebesar 0,282, hal ini berarti cukup kuat, koefisien korelasi antara variabel tampilan atau fitur (X_2) dengan keputusan pembelian rumah di Perumahan Graha Lavender Bangkalan (Y) sebesar 0,196, hal ini berarti korelasinya rendah, koefisien korelasi antara variabel desain (X_3) dengan keputusan pembelian rumah di Perumahan Graha Lavender Bangkalan (Y) sebesar 0,251, hal ini berarti korelasinya sedang.

Kata Kunci : Atribut Produk, Keputusan Pembelian

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	4

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu	5
2.2 Landasan Teori	5
2.2.1 Konsep Pemasaran	5
2.2.2 Produk	7
2.2.2.1 Pengertian Produk	7
2.2.2.2 Pengertian Atribut Produk	9
2.2.3 Perilaku Konsumen	11

2.2.3.1 Pengertian Perilaku Konsumen	11
2.2.4 Pengambilan Keputusan Pembelian	17
2.2.5 Hubungan Antara Atribut Produk dengan Keputusan Pembelian	19
2.3 Kerangka Pemikiran	20
2.4 Hipotesis Penelitian	21

BAB III. METODE PENELITIAN

3.1 Metode dan Jenis Penelitian	22
3.1.1 Jenis Penelitian	22
3.1.2 Lokasi Penelitian	22
3.2 Populasi dan Sampel	22
3.2.1 Penentuan Populasi	22
3.2.2 Teknik Pengambilan Sampel	23
3.3 Jenis Sumber Data	24
3.3.1 Jenis Data	24
3.3.2 Sumber Data	24
3.4 Teknik Pengumpulan Data	25
3.5 Teknik Instrumen Data	25
3.6 Definisi Operasional Variabel	26
3.7 Teknik Analisa Data	29

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	32
--	----

4.1.1 Perumahan Graha Lavender Bangkalan	32
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	33
4.2.1 Deskripsi Responden	33
4.2.2 Deskripsi Variabel	36
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas	40
4.3.1 Uji Validitas	41
4.3.2 Uji Reliabilitas	41
4.4 Analisa Data dan Pengujian Hipotesa	42
4.4.1 Uji Asumsi Klasik	42
4.4.1.1 Uji Autokorelasi	42
4.4.1.2 Uji Multikolinieritas	43
4.4.1.3 Uji Heterokadistasitas	44
4.4.1.4 Uji Normalitas	45
4.4.2 Analisa Koefisien Determinasi Berganda	46
4.4.3 Analisa Regresi Linier Berganda	46
4.4.4 Uji Serentak (Uji F)	49
4.4.5 Uji Parsial (Uji T)	50
4.5 Pembahasan	54

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	57
5.2 Saran	58

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1.	Tingkat Usia Responden	33
Tabel 4.2.	Jenis Kelamin Responden	34
Tabel 4.3.	Tingkat Pendidikan Responden	34
Tabel 4.4.	Jenis Pekerjaan Responden	35
Tabel 4.5.	Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Terhadap Variabel X_1 Mutu	36
Tabel 4.6.	Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Terhadap Variabel X_2 Tampilan atau Fitur	37
Tabel 4.7.	Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Terhadap Variabel X_3 Desain	38
Tabel 4.8.	Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Y Keputusan Pembelian	39
Tabel 4.9.	Uji Validitas	41
Tabel 4.10.	Uji Reliabilitas	41
Tabel 4.11.	Perhitungan Durbin Watson	42
Tabel 4.12.	Perhitungan Multikolinieritas	43
Tabel 4.13.	Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi Berganda	46
Tabel 4.14.	Hasil Perhitungan Regresi Linear Berganda Variabel Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian pada Perumahan Graha Lavender Bangkalan	47
Tabel 4.15.	Perhitungan Uji F	49
Tabel 4.16.	Perhitungan Uji t	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.	Model menyeluruh dari perilaku pembelian	14
Gambar 2.2.	Model Stimulus Organism Response (SOR)	14
Gambar 2.3.	Proses Beli Konsumen	15
Gambar 2.4.	Kerangka Pemikiran	20
Gambar 4.1.	Grafik Scatterplot	44
Gambar 4.2.	Grafik Normalitas	45

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Hasil Tabulasi Data

Lampiran 3. Hasil Perhitungan Korelasi

Lampiran 4. Deskriptif Statistik