

**HUBUNGAN ATRIBUT PRODUK DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN  
KONSUMEN PADA KENDARAAN 'HONDA BeAT' DI KELURAHAN  
KEDUNGLINGKONG KECAMATAN SIMO  
KABUPATEN BOYOLALI**

**SKRIPSI**



Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi  
Syarat-syarat Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi  
Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi  
Universitas Tunas Pembangunan  
S u r a k a r t a

Oleh :

**YUDIYANTO ARI WIBOWO  
NIM : C.0114.025**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS TUNAS PEMBANGUNAN  
S U R A K A R T A**

**2 0 1 8**

Surakarta, 4 Juli 2018  
Diterima dengan baik  
untuk dipertahankan

Pembimbing II



(Dra. Hj. Mrihahayu R., M.M)

Pembimbing I



(Dra. Hj. Tuti Edianti, M.M)

**HUBUNGAN ATRIBUT PRODUK DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN  
KONSUMEN PADA KENDARAAN 'HONDA BEAT' DI KELURAHAN  
KEDUNGLENGKONG KECAMATAN SIMO  
KABUPATEN BOYOLALI**

Oleh :

**YUDIYANTO ARI WIBOWO  
NIM : C.0114.025**

Telah dipertahankan dan diterima baik sebagai syarat memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi  
Universitas Tunas Pembangunan  
Surakarta

Surakarta, ..... 2018

Penguji :

1.Drs. Muh. Nurhadi Sulistono, M.M( Ketua ) ..... 

2. Dra. Sriwijastuti, M.M ( Sekretaris ) .....

3. Dra. Hj. Tuti Ediati, M.M ( Anggota ) .....

Tanda tangan

Dekan,

Fakultas Ekonomi  
Universitas Tunas Pembangunan Surakarta



  
(Drs. Trio Handoko, M.M)

## **MOTTO:**

- *"Life Is Like Riding Bicycle, To Keep Your Balance, You Must Keep Moving"*  
( Albert Einstein )
  
- *"Barang Siapa Menginginkan Kebahagiaan Didunia Dan Diakhirat Maka Haruslah Memiliki Banyak Ilmu"*  
( HR. IBNU ASAKIR )
  
- *"Menyianyikan Waktu Lebih Buruk Dari Kematian. Karena Kematian Memisahkanmu Dari Dunia, Sementara Menyianyikan Waktu Memisahkanmu Dari Allah"*  
( IMAM BIN AL QAYIN )

***Dengan rahmat Allah SWT saya persembahkan skripsi ini untuk:***

1. Alm. Ayahanda tercinta (Sukidjan) terima kasih atas limpahan kasih sayang semasa hidup dan memberikan rasa rindu yang berarti.
2. Ibunda tercinta (Suyati) terima kasih atas limpahan do'a dan kasih sayang yang tak terhingga dan selalu memberikan yang terbaik.
3. Saudaraku tersayang (Hari Widagdo dan Dyah Retno Palupi) terima kasih selalu memberikan support.
4. Almamater tercinta "Universitas Tunas Pembangunan".

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan YME atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. skripsi yang berjudul : ” Hubungan Atribut Produk dengan Keputusan Pembelian Konsumen pada Kendaraan ‘Honda BeAT’ di Kelurahan Kedunglengkong Kecamatan Simo Kabupaten Boyolali.” ini dapat terselesaikan dengan baik. Sholawat serta salam selalu kita panjatkan kepada Rosul kita Nabi Muhammad SAW, semoga syafaatnya selalu melimpah kepada kita semua.

Penulisan skripsin disusun untuk memenuhi sebagian syarat guna memperoleh gelar sarjana fakultas ekonomi jurusan manajemen dalam Universitas Tunas Pembangunan Surakarta (UTP).

Dalam penulisan skripsi ini penulis telah banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini penulis menghaturkan ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada yang terhormat :

1. Prof. Dr. Ir. Tresna Priyana Soemardi, SE, MS. selaku Rektor Universitas Tunas Pembangunan Surakarta.
2. Drs. Trio Handoko, M.M. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tunas Pembangunan Surakarta yang telah memberikan motivasi kepada penulis sehingga terselesaikannya skripsi ini.
3. Dra. Hj. Tuti Ediati, M.M, selaku pembimbing utama yang telah memberi bimbingan-bimbingan dan berkenan meluangkan waktu beliau sehingga terselesaikannya skripsi ini.
4. Dra. Hj. Mrihrahayu Rumaningsih, M.M, selaku pembimbing pendamping yang telah memberikan pengarahan-pengarahan serta dorongan selama penulis menyelesaikan skripsi ini..
5. Bapak Kepala Desa beserta staf Desa Kedunglengkong Kecamatan Simo Kabupaten Boyolali yang telah berkenan memberikan izin pada penulis untuk melakukan penelitian di wilayahnya

6. Bapak/Ibu Dosen beserta seluruh staf Fakultas Ekonomi Universitas Tunas Pembangunan Surakarta yang telah membantu dalam urusan surat menyurat dan perijinan serta bantuannya selama kuliah.
7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang selalu membantu penulisan secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat konstruktif sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi para pembaca pada umumnya.

Surakarta,..... 2018

Penulis

## ABSTRAK

**YUDIYANTO ARI WIBOWO.** NIM C. 0114 025. Judul: **HUBUNGAN ATRIBUT PRODUK DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA KENDARAAN 'HONDA BEAT' DI KELURAHAN KEDUNGLINGKONG KECAMATAN SIMO KABUPATEN BOYOLALI .** Skripsi. Surakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Tunas Pembangunan (UTP). Juli 2018.

Tujuan penelitian ini adalah: (1) Untuk mengetahui hubungan antara atribut produk yang melekat pada Honda BeAT yang terdiri dari fitur produk, keiritan BBM, biaya perawatan, model dan harga jual bekas dengan keputusan pembelian konsumen.(2) Untuk mengetahui hubungan yang paling kuat antara atribut produk yang ditawarkan oleh Honda BeAT yang terdiri dari fitur produk, keiritan BBM, biaya perawatan, model dan harga jual bekas dengan keputusan pembelian konsumen.

Penelitian ini dilakukan di Kelurahan Kedunglengkong, Kecamatan Simo, Kabupaten Boyolali. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kelurahan Kedunglengkong yang memiliki kendaraan roda dua merek Honda khususnya Honda BeAT. Mengingat populasinya terlalu banyak, maka dalam penelitian ini penulis mengambil sampel sebanyak 100 responden, dengan metode pupose sampling.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa keputusan pembelian konsumen mempunyai hubungan yang signifikan dengan fitur produk, BBM, biaya perawatan, model kendaraan, dan harga jual bekas Honda BeAT. Hubungan tersebut adalah signifikan. Hal ini dapat diketahui dari uji chi square yang menunjukkan besarnya  $X^2$  hitung  $> X^2$  tabel dengan  $\alpha = 5 \%$ .

Berdasarkan pada analisis koefisien kontingensi (  $C$  ) dan kontingensi maksimum ( $C_{maks}$ ) diketahui bahwa selisih terkecil antara kontingensi dengan kontingensi maksimum adalah hubungan antara keputusan pembelian konsumen dengan harga jual bekas yaitu sebesar 0,4562. Dengan demikian hubungan keputusan pembelian konsumen dengan harga jual bekas menduduki ranking pertama, dalam arti mempunyai hubungan yang paling kuat di antara variabel-variabel lainnya.

Kata kunci: atribut produk, keputusan pembelian, chi square.

## ABSTRACT

**YUDIYANTO ARI WIBOWO.** NIM C. 0114 025. Title: **RELATIONSHIP ATTRIBUTES PRODUCTS WITH DECISIONS OF CONSUMER PURCHASE ON 'HONDA BEAT' VEHICLE IN KEDUNGLINGKONG SIMO SUB DISTRICT BOYOLALI DISTRICT.** Thesis. Surakarta: Faculty of Economics, Tunas Pembangunan University (UTP). July 2018.

The purpose of this study were: (1) To determine the relationship between product attributes attached to the Honda Beat consisting of product features, effectiveness of fuel, maintenance costs, model and price of sales after used to the consumer purchase decision. (2) To determine the relationship most strong between the attributes of the products offered by Honda Beat consisting of product features, effectiveness of fuel, maintenance costs, models and prices of sale after used to the consumer purchasing decisions.

This research was conducted in the village Kedunglengkong sub district Simo of Boyolali District. The population in this study is Kedunglengkong village community which has a motorcycle brand in particular Honda Beat. Given the population too much, in this study the authors took a sample of 100 respondents, by purposive sampling method.

The study concluded that the purchasing decisions of consumers had a significant relationship with product features, effectiveness of fuel fuel, maintenance costs, vehicle model, and the selling price of a used Honda Beat. The relationship is significant. It can be seen from the Chi-square test that indicates the amount of  $X^2$  count is bigger than  $X^2$  table with  $\alpha = 5\%$ .

Based on the analysis of contingency coefficient (C) and maximum contingency (Cmax) it is known that the smallest difference between contingency and maximum contingency is the relationship between consumer purchase decision and the used sale price that is 0.4562. Thus the relationship of consumer purchase decision to the used sale price is ranked first, in the sense of having the strongest relationship among other variables..

Keywords: product attributes, purchasing decisions, chi square test.



## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAKSI .....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
BAB I    PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Perumusan Masalah .....	3
C. Tujuan Penelitian .....	3
D. Manfaat Penelitian.....	4
BAB II    TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS .....	5
A. Kajian Teori.....	5
1. Pengertian Pemasaran .....	5
2. Konsep Pemasaran .....	6
3. Perilaku Konsumen .....	7
4. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsuen	12
5. Produk .....	17
6. Keputusan Pembelian Konsumen.....	20
7. Penelitian Terdahulu Yang Relevan .....	25
B. Kerangka Pemikiran .....	27
C. Hipotesis .....	28

BAB III	METODOLOGI PENELITIAN .....	29
	A. Ruang Lingkup Penelitian .....	29
	B. Sumber Data.....	29
	C. Populasi dan Sampel .....	29
	D. Variabel Penelitian .....	30
	E. Teknik Pengumpulan Data.....	30
	F. Alat Analisis Data .....	31
BAB IV	HASIL ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	34
	A. Deskripsi Objek Penelitian .....	34
	B. Deskripsi Responden .....	37
	C. Analisis Chi Square Test.....	51
	D. Urutan Derajat Hubungan Atribut Produk Dengan Keputusan Pembelian Konsumen .....	55
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN .....	59
	A. Kesimpulan .....	59
	B. Saran – Saran .....	59
	DAFTAR PUSTAKA .....	61

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel IV. 1. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Tabel IV. 2. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia .....	39
Tabel IV. 3. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pendapatan ...	39
Tabel IV. 4. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	40
Tabel IV. 5. Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian Dalam 3 Kategori	41
Tabel IV. 6. Distribusi Frekuensi Fitur Produk Dalam 5 Kategori .....	43
Tabel IV. 7. Distribusi Frekuensi BBM Dalam 5 Kategori .....	43
Tabel IV. 8. Distribusi Frekuensi Biaya Perawatan Dalam 5 Kategori .....	44
Tabel IV. 9. Distribusi Frekuensi Model Kendaraan Dalam 5 Kategori ...	45
Tabel IV.10. Distribusi Frekuensi Harga Jual Bekas Dalam 5 Kategori ...	46
Tabel IV.11. Hubungan Keputusan Pembelian Konsumen Dengan Fitur Honda BeAT .....	47
Tabel IV.12. Hubungan Keputusan Pembelian Konsumen Dengan Pe- makaian BBM .....	48
Tabel IV.13. Hubungan Keputusan Pembelian Konsumen Dengan Biaya Perawatan.....	49
Tabel IV.14. Hubungan Keputusan Pembelian Konsumen Dengan Model Kendaraan .....	49
Tabel IV.15. Hubungan Keputusan Pembelian Konsumen Dengan Harga Jual Bekas .....	50
Tabel IV.16. Rekapitulasi Hasil Analisis .....	53

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 1      Kerangka Pemikiran .....	28

## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
Lampiran 1. Kuesioner .....	59
Lampiran 2. Tabulasi Data Responden Keputusan Pembelian Konsumen di Kelurahan Kedunglengkong Simo .....	64
Lampiran 3. Data Persiapan Uji Statistik .....	71
Lampiran 4. Hasil Uji Chi Square .....	74
Lampiran 4A. Fitur Produk Keputusan Pembelian Konsumen .....	74
Lampiran 4B. Keiritan BBM Keputusan Pembelian Konsumen.....	75
Lampiran 4C. Biaya perawatan Keputusan Pembelian Konsumen.....	76
Lampiran 4D. Model Kendaraan Keputusan Pembelian Konsumen.....	76
Lampiran 4E. Harga Jual Bekas Keputusan Pembelian Konsumen.....	77