

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMILIHAN KONSUMEN PADA *COFFEE SHOP* DI KOTA MALANG**

SKRIPSI

Diajukan kepada :
Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
Untuk memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



Oleh

**FARIZAL ADZIM
NIM : 10510083**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2015**

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMILIHAN KONSUMEN PADA *COFFEE SHOP* DI KOTA MALANG**

SKRIPSI



Oleh

**FARIZAL ADZIM
NIM : 10510083**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2015**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Farizal Adzim
NIM : 10510083
Fakultas/Jurusan : Ekonomi / Manajemen

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

“PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMILIHAN KONSUMEN PADA *COFFEE SHOP* DI KOTA MALANG”

Adalah hasil karya saya sendiri, bukan “**duplikasi**” dari karya orang lain.

Selanjutnya apabila di kemudian hari ada “**klaim**” dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 1 Juli 2015
Hormat saya,

Farizal Adzim
NIM. 10510083

SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama	: Farizal Adzim
NIM	: 10510083
Jurusan/ Prodi	: Manajemen / Manajemen Pemasaran
Fakultas	: Ekonomi
Judul Skripsi	: Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pemilihan Konsumen Pada <i>Coffee Shop</i> Di Kota Malang

~~Mengizinkan~~ / Tidak Mengizinkan jika karya ilmiah saya (skripsi, ~~tesis, disertasi~~) dipublikasikan melalui website perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang secara keseluruhan (*full teks*) dikarenakan untuk menghargai privasi penulis.

Demikian pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 1 Juli 2015

Dosen Pembimbing,

Mahasiswa,

Dr. H. Masyhuri, Ir., MP

Farizal Adzim
NIM. 10510083

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah-Nya penelitian ini dapat terselesaikan dengan judul “Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pemilihan Konsumen Pada *Coffee Shop* Di Kota Malang”.

Shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW yang telah membimbing kita dari kegelapan menuju jalan kebaikan, yakni Din al-Islam.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa adanya bimbingan dan sumbangan pemikiran dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih yang tak terhingga kepada :

1. Prof. Dr. Mudjia Raharjo selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Dr. Salim Al Idrus, MM., M. Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.Ei selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Dr. H. Masyhuri, Ir., MP selaku Dosen Pembimbing yang selalu sabar dalam mengarahkan, memotivasi dan menginspirasi.
5. Segenap dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
6. Kedua orang tua luar biasa, Ayahanda Abdul Adzim dan Ibunda Siti Qamariyah yang telah mempertaruhkan hidupnya untuk membesarkan, mendidik dan menasihati saya dengan penuh cinta dan kasih sayang.

7. Sahabat-sahabati PMII Rayon Ekonomi “Moch. Hatta” yang telah memberikan jutaan ilmu, pengalaman, kenangan dan harapan selama proses pembelajaran saya di Kota Malang.
8. Pengurus PMII Komisariat Sunan Ampel Malang Periode 2013-2014.
9. Dewan Senat Mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang Periode 2013-2014.
10. Teman-teman seperjuangan Jurusan Manajemen 2010 dan para sahabatku yang telah memberikan semangat dan dukungan serta bersedia meluangkan waktunya dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
11. Sahabat-sahabat terbaik pelipur lara di kala duka penyumbang tawa di kala suka (Habibi, Bagong, Ilham, Rido, Fanni, Mirza, Fikriyah, Bilqis, Izza, Hasan, Pajol, Dodo, Dodi, Qoyyum, Anin, Farid, Anshori, Tajus, Sese dan Alfian). Kalian luar biasa!
12. Adik-adik angkatan namun tetap seperjuangan yang selalu sudi menjadi teman belajar dan ngopi (Rizki, Udin, Potton, Juned, Dani, Gilang, Faiz, Yasin, Suci, Zakiya, Faisol, Beleng dan Dul). Suwun Bro!
13. Tim sukses kuisisioner yaitu Urtha dan Uzhma. Terima kasih telah meluangkan waktunya untuk membantu proses selesainya skripsi ini.
14. “Kartini-kartini” masa kini yang selama ini telah menjadi bagian dari kisah kasih hidupku di Kota Pelajar, khususnya selama proses penyelesaian skripsi ini baik secara terang-terangan maupun terselubung sampai saat ini.

Akhirnya dengan seluruh kerendahan hati penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif demi kesempurnaan penulisan ini. Penulis berharap semoga karya yang sederhana ini dapat bermanfaat dengan baik bagi semua pihak. Amiin

Malang, 28 Juni 2015

Penulis

MOTTO

“Ilmu itu lebih baik daripada harta. Ilmu menjaga engkau dan engkau menjaga harta.
Ilmu itu penghukum dan harta terhukum. Harta itu kurang apabila dibelanjakan tetapi
ilmu bertambah bila dibelanjakan”

(Ali bin Abi Thalib)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ilmiah skripsi ini kami persembahkan kepada kedua orang tua kami; Ayahanda Abdul Adzim dan ibunda tercinta Siti Qamariyah yang selama ini telah membesarkan dan mendidik kami dengan penuh kesabaran

dan keikhlasan. Serta kepada seluruh Kiyai, Ustadz dan Guruku.

Kakak dan adikku, Abdul Qodier dan Nabila Amalia.

Pendamping hidupku kelak yang masih dirahasiakan Tuhan.

Almamaterku Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang.

Semoga Allah memberkahi hidup

Mereka di dunia dan akhirat,

Amin....

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
1.4 Batasan Penelitian	6
BAB II : KAJIAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Landasan Teori.....	14
2.2.1 Pengertian Pemasaran	14
2.2.2 Konsep Pemasaran	16
2.2.3 Pemasaran Jasa.....	17
2.2.4 Pemasaran Dalam Perpektif Islam	18
2.3 Perilaku Konsumen	22
2.3.1 Pengertian Perilaku Konsumen.....	22
2.3.2 Teori Perilaku Konsumen	23
2.3.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	25
2.3.4 Perilaku Konsumen Dalam Perspektif islam	31
2.3.4.1 Tujuan Konsumsi	31
2.3.4.2 Prinsip Konsumsi	34
2.4 Atribut Produk	36
2.4.1 <i>Physical Product</i> (Fisik Produk)	36
2.4.2 <i>Psychological Product</i> (Produk Psikologis)	37
2.4.3 <i>Customer Service Product</i> (Produk Pelayanan Pelanggan)	37
2.5 Proses Pengambilan Keputusan	41
2.5.1 Peran dalam Pengambilan Keputusan.....	41
2.5.2 Tahap-tahap Pengambilang Keputusan.....	42
2.6 Kerangka Konseptual.....	45
2.7 Hipotesis	46

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN	48
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian	48
3.2 Lokasi Penelitian.....	48
3.3 Populasi dan Sampel	49
3.4 TeknikPengambilan Sampel	50
3.5 Data dan Jenis Data.....	50
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	51
3.7 Definisi OperasionalVariabel.....	52
3.7.1 Variabel Dependen.....	52
3.7.2 Variabel Independen	53
3.8 Instrumen dan Analisis Data	55
3.8.1 Uji Validitas dan Reabilitas	55
3.8.1.1 Uji Validitas	55
3.8.1.2 Uji Realibitas	55
3.8.1.2 Analisis Regresi Linier Berganda	56
BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	58
4.1. Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	58
4.1.1 Pengujian Validitas	58
4.1.2. Pengujian Reliabilitas	59
4.2. Karakteristik Responden.....	60
4.2.1 Jenis Kelamin Responden	60
4.2.2 Usia responden.....	61
4.2.3 Status responden	62
4.2.4 Pekerjaan.....	62
4.3. Analisis dan Pembahasan	63
4.3.1 Analisis Deskriptif	64
4.3.2 Analisis Statistika.....	70
4.3.2.1 Analisis Regresi Linier Berganda	70
4.3.2.2 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	75
4.3.2.2 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji t)	77
4.3.2.4 Analisis Korelasi dan Koefisien Determinasi Ganda.....	80
4.3.2.5 Analisis Korelasi.....	81
4.3.2.6 Variabel Dominan.....	83
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN.....	85
5.1 Kesimpulan	85
5.2 Saran	86
DAFTAR PUSTAKA.....	88