

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN KERIPIK PEDAS MAICIH
DI FORUM KASKUS.CO.ID**

S K R I P S I



Oleh

MOECHAMMAD ARIEF ARDIANSYAH
NIM : 08510115

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2012**

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN KERIPIK PEDAS MAICIH
DI FORUM KASKUS.CO.ID**

S K R I P S I

Diajukan Kepada :
Universitas Islam Negeri
Maulana Malik Ibrahim Malang
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



Oleh

MOECHAMMAD ARIEF ARDIANSYAH
NIM : 08510115

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2012**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini saya:

Nama : Moechammad Arief Ardiansyah
NIM : 08510115
Alamat : Jl. Wonocolo Pabrik Kulit no. 90 Wonocolo Surabaya

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

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN KERIPIK PEDAS MAICIH DI FORUM KASKUS.CO.ID**

Adalah hasil karya 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, 31 Agustus 2012
Hormat saya,

Moechammad Arief Ardiansyah
NIM : 08510115

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN KERIPIK PEDAS MAICIH
DI FORUM KASKUS.CO.ID**

S K R I P S I

O l e h

MOECHAMMAD ARIEF ARDIANSYAH
NIM : 08510115

Telah Disetujui 31 Agustus 2012
Dosen Pembimbing,

Irmayanti Hasan, ST., MM
NIP. 19770506 2003 2 011

Mengetahui:
Ketua Jurusan,

Dr. Achmad Sani Supriyanto, SE, M.Si
NIP.19720212200312 1 003

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN KERIPIK PEDAS MAICIH
DI FORUM KASKUS.CO.ID

SKRIPSI

Oleh
MOECHAMMAD ARIEF ARDIANSYAH
NIM : 08510115

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada 15 September 2012

Susunan Dewan Penguji	Tanda Tangan
1. Ketua <u>Yayuk Sri Rahayu, SE., MM</u> NIP. 19770826200801 2 011	()
2. Sekretaris/Pembimbing <u>Irmayanti Hasan, ST., MM</u> NIP. 19770506 2003 2 011	()
3. Penguji Utama <u>Dr. H. Salim Al Idrus, MM., M,Ag</u> NIP. 19620115199803 1 001	()

Disahkan Oleh :
Ketua Jurusan,

Dr. Achmad Sani Supriyanto, SE, M.Si
NIP.19720212200312 1 003

LEMBAR PERSEMBAHAN

*Ibunda tercinta, dan tersayang "Artikah"
Ayahanda tersayang "Mustakim"*

*Sebagai tanda bakti, hormat, dan rasa terima kasih
yang tiada terhingga kepada Ibu dan Ayah yang telah
memberikan kasih sayang, segala dukungan, dan cinta kasih
yang tiada terhingga yang tiada mungkin dapat kubalas
hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan
kata cinta dan persembahan.*

*Terima kasih atas Doa tulus kepada ananda seperti air
dan tak pernah berhenti yang terus mengalir,
pengorbanan, motivasi, kesabaran, ketabahan dan tetes air matamu
yang terlalu mustahil untuk dinilai.*

*Adikku Tersayang "Dyah Nur Fauziah"
Kebersamaan, dukungan dan doa,
maafkan jika kakakmu belum bisa menjadi contoh yang baik,
semoga engkau selalu jadi yang terbaik.*

*Karya ini takkan pernah tertulis
tanpa dukungan dan motivasi kalian.*

MOTTO

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ
عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ﴿١٠٥﴾

Artinya: "Bekerjalah kamu, Maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan. (Q.S. AT-Taubah: 105)

THE WAY YOU'RE LOOK

IS THE WAY YOU ARE...

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah rabbil'alamin la haula wala quwata illa billahil 'aliyyil *adhzim*, segala puji dan syukur hanyalah kepada Allah SWT, Dzat yang telah melimpahkan nikmat dan karunia kepada kita semua, khususnya kepada penulis, sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **“Pengaruh Atribut Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Keripik Pedas Maich Di Forum Kaskus.co.id”** dengan baik. Sholawat serta salam tercurah kepada pimpinan Islam yang telah membawa sinar kecemerlangan Islam yaitu Nabi Muhammad Saw yang selalu kita jadikan tauladan dalam segala aspek kehidupan kita, juga kepada segenap keluarga, para sahabat, serta umat beliau hingga akhir zaman.

Tentunya penulis ini tidak terlepas dari dukungan dan sumbangan pemikiran dari segenap pihak yang penulis rasakan selama ini atas jasa-jasanya yang diberikan secara tulus ikhlas, baik materi maupun spiritual dalam usaha mencari kesempurnaan dan manfaat dari penulisan skripsi ini, tak lupa penulis menyampaikan rasa hormat, ungkapkan rasa terima kasih serta penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Imam Suprayogo, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, Malang.
2. Bapak Dr. HA. Muhtadi Ridwan, MA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, Malang.

3. Bapak Dr. Achmad Sani Supriyanto, SE, M.Si, selaku Ketua Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, Malang.
4. Ibu Irmayanti Hasan, ST., MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi penulis. *Syukron katsiron* penulis hanturkan atas waktu yang telah beliau limpahkan untuk bimbingan, arahan, serta motivasi dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Semoga beliau beserta seluruh keluarga besar, khususnya ibu dan bapak selalu mendapatkan rahmat dan hidayah Allah swt. serta dimudahkan, diberi keikhlasan dan kesabaran dalam menjalani kehidupan baik di dunia maupun di akhirat.
5. Bapak Siswanto, SE., M.Si selaku dosen wali penulis selama menempuh kuliah di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Terima kasih penulis hanturkan kepada beliau yang telah memberikan bimbingan, saran, serta motivasi selama menempuh perkuliahan.
6. Ayahanda Mustakim, dan Ibunda Artikah Nur Farida tercinta, serta semua keluarga besarku yang selalu memberikan do'a restu, dukungan baik moral maupun spiritual dan yang setiap waktu bersujud dan berdo'a demi kelancaran penulisan skripsi ini hingga tercapainya cita-cita penulis.
7. Para Dosen dan staf Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, yang telah memberikan semangat dan motivasi untuk bisa meraih cita-cita dan masa depan yang cerah.

8. Kepada Ayyudiana dan Imam Kurdi terima kasih atas bantuannya baik berupa materiil maupun nonmaterial, motivasinya, serta dukungannya dalam penyusunan skripsi ini.
9. Teman-teman seperjuangan mahasiswa Jurusan Manajemen periode 2008, yang selalu memberi motivasi dan menemani dalam penyelesaian skripsi ini.
10. Dan semua pihak yang telah memberikan sumbangan baik berupa tenaga maupun pikiran yang tak dapat penulis sebutkan satu persatu semoga semua bantuan dan amal baiknya mendapatkan balasan dari Allah SWT.

Semoga Allah SWT berkenan memberikan balasan yang setimpal kepada beliau-beliau sesuai dengan amal yang telah diberikan kepada penulis. Tidak mengurangi rasa hormat dan dengan rendah hati penulis menyadari masih banyak kekurangan yang disebabkan terbatasnya kemampuan yang penulis miliki, atas kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan nilai guna bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya. *Amin Ya Robbal'Alamin.*

Malang, 31 Agustus 2012

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK	xvi

BAB I : PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Kajian Teori	12
2.2.1 Pemasaran	12
2.2.2 Produk	15
2.2.3 Perilaku Konsumen	27
2.2.4 Loyalitas Konsumen	32
2.3 Kerangka Berfikir	35
2.4 Hipotesis	38

BAB III : METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian.....	39
3.2 Jenis dan Pendekatan Penelitian	39
3.3 Populasi dan Sampel	40
3.3.1 Populasi.....	40
3.3.2 Sampel.....	40
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel	41
3.4 Data dan Jenis Data.....	42
3.4.1 Data Primer	42
3.4.2 Data Skunder.....	43
3.4.3 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.5 Devinisi Operasional Variabel	44
3.6 Metode Analisis Data.....	48
3.6.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	48
3.6.1.1 Uji Validitas	48
3.6.1.2 Uji Reliabilitas	49
3.6.2 Teknik Analisis Data.....	49
3.6.3 Uji Hipotesis	53
3.6.3.1 Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	53
3.6.3.2 Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t)	54
3.6.3.3 Koefisien Determinasi (R ²)	54

BAB IV: PAPARAN DAN PEMBAHASAN DATA HASIL PENELITIAN

4.1 Paparan Data Hasil Penelitian	56
4.1.1 Profil Keripik Pedas Maich	56
4.1.2 Gambaran Karakteristik Responden	58
4.1.3 Analisis Deskriptif Jawaban Responden.....	62
4.1.3.1 Atribut Produk.....	62
4.1.3.2 Loyalitas Konsumen.....	67
4.1.4 Uji Instrumen	68
4.1.5 Uji Asumsi Klasik.....	71

4.1.5.1 Uji Multikolonieritas	71
4.1.5.2 Uji Heterokedastisitas	72
4.1.5.3 Uji Autokorelasi	72
4.1.5.4 Uji Normalitas	73
4.1.6 Uji Regresi Linier Berganda	74
4.1.7 Pengujian Hipotesis.....	77
4.1.7.1 Uji Signifikasi Simultan (Uji F).....	77
4.1.7.2 Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t)	78
4.1.7.3 Uji dominan.....	80
4.1.8 Uji Koefesien Determinasi (R ²).....	82
4.2 Pembahasan Data Hasil Penelitian	83

BAB V: PENUTUP

5.1 Kesimpulan.....	90
5.2 Saran	90

DAFTAR PUSTAKA	92
----------------------	----

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 : Persamaan dan Perbedaan Penelitian terdahulu.....	11
Table 3.2 : Konsep, Variabel, dan Item	47
Table 4.1 : Usia responden.....	58
Table 4.2 : Jenis Kelamin responden	59
Table 4.3 : Pekerjaan responden	60
Table 4.4 : Penghasilan responden.....	61
Table 4.5 : Pendidikan terakhir responden.....	61
Table 4.6 : Hasil Distribusi Frekuensi Merek	63
Table 4.7 : Hasil Distribusi Frekuensi Kemasan.....	64
Table 4.8 : Hasil Distribusi Frekuensi Pelabelan	65
Table 4.9 : Hasil Distribusi Frekuensi Pelayanan	66
Table 4.10: Hasil Distribusi Frekuensi Jaminan	66
Table 4.11: Hasil Distribusi Frekuensi Loyalitas Konsumen	67
Table 4.12: Uji validitas dan Reabilitas Merek.....	69
Table 4.13: Uji validitas dan Reabilitas Kemasan	69
Table 4.14: Uji validitas dan Reabilitas Pelabelan.....	69
Table 4.15: Uji validitas dan Reabilitas Pelayanan.....	70
Table 4.16: Uji validitas dan Reabilitas Jaminan.....	70
Table 4.17: Uji validitas dan Reabilitas Loyalitas	70
Table 4.18: Uji Multikolinieritas.....	71
Table 4.19: Uji Heterokedestisitas	72
Table 4.20: Uji Autokorelasi.....	73
Table 4.21: Uji Normalitas.....	74
Table 4.22: Uji Regresi Linier Berganda	75
Table 4.23: Uji signifikansi Simultan (uji F)	78
Table 4.24: Uji signifikansi Parsial (uji t).....	79
Table 4.25: Uji Dominan.....	81
Table 4.26: Uji Koefesien Determinasi (R2)	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	16
Gambar 2.2.....	17
Gambar 2.3	37

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Thread Kuesioner di Forum Kaskus.co.id

Lampiran 2 : Kuesioner

Lampiran 3 : Data responden

Lampiran 4 : Hasil Jawaban responden

Lampiran 5 : Output SPSS Uji Distribusi responden

Lampiran 6 : Output SPSS Uji Distribusi Frekuensi Items

Lampiran 7 : Output SPSS Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 9 : Output SPSS Multikolonieritas, Heterokedastisitas, Autokorelasi,
dan Normalitas

Lampiran 10: Uji Signifikansi

Lampiran 11: Bukti Konsultasi

Lampiran 12: Daftar Riwayat Hidup Pribadi

ABSTRAK

Ardiansyah, Arief, Moechammad. 2012 SKRIPSI. Judul: “Pengaruh Atribut Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Keripik Pedas Maicih di Forum Kaskus.co.id”.

Pembimbing : Irmayanti Hasan, ST., MM.

Kata Kunci : Atribut Produk, Loyalitas Konsumen

Perilaku konsumen memberikan informasi mengenai berbagai fakta tentang perilaku berbelanja, misalnya dalam membeli suatu produk para konsumen memiliki berbagai sikap yang berbeda-beda dalam memandang berbagai atribut yang dianggap relevan dan penting. Dalam memilih produk, konsumen tentu saja dipengaruhi oleh atribut produk dari suatu produk. Menurut Fandi Tjiptono (1998: 103), atribut produk adalah unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian. Atribut-atribut produk meliputi: merek, kemasan, jaminan (garansi), pelayanan, dan pelabelan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh atribut produk terhadap loyalitas konsumen keripik pedas Maicih baik secara simultan maupun parsial, serta untuk mengetahui variabel yang dominan terhadap loyalitas konsumen.

Pengujian ini menggunakan pendekatan penelitian eksplanatori (*explanatory research*) atau penelitian yang menganalisis pengaruh atribut produk terhadap loyalitas konsumen dengan pengambilan sampel sebanyak 84 responden, menggunakan teknik *Accidental sampling* (berdasarkan kebetulan), instrumen penelitian berupa kuesioner, dan model analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Sebelumnya, dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas, beserta uji asumsi klasik terhadap data penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut produk (merek, kemasan, pelabelan, pelayanan, dan jaminan) berpengaruh simultan dan parsial terhadap loyalitas konsumen dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 dan nilai F_{hitung} sebesar 18,165. Sedangkan secara parsial indikator merek, kemasan, pelabelan, pelayanan dan jaminan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Dan indikator yang dominan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen adalah variabel jaminan dengan memiliki kontribusi sebesar 49,28%

ABSTRACT

Ardiansyah, Arief, Moehammad. 2012 Thesis. Title: "The Influence of Product Attributes against Consumer Loyalty Of Crisps Spicy Maicih in Kaskus.co.id Forums".

Advisor : Irmayanti Hasan, ST., MM.

Keywords : Product Attributes, Consumer Loyalty

Consumer behavior provides information on the various facts about buying behavior, such as the purchase of a product, consumers have different attitudes different way of looking at a variety of attributes that are considered relevant and important. In choosing the products, consumers certainly influenced by product attributes of a product. According to Fandi Tjiptono (1998: 103), product attributes are product elements that considered important by consumers and used as a basis for decision-making purchases. Product attributes include: branding, packaging, warranty (warranty), service, and labeling. This study aimed to investigate the effect of product attributes against consumer loyalty Maicih spicy chips either simultaneously or partially, and to investigate the dominant variable against customer loyalty.

This test uses explanatory research approach (explanatory research) or research that analyze the effect of product attributes on consumer loyalty with taking sample of 84 respondents, using accidental sampling techniques (by coincidence), research instruments such as questionnaires, and the analysis model used is multiple linear regression . Previously, testing the validity and reliability, along with the classic assumption test the research data.

The results showed that the product attributes (brand, packaging, labeling, servicing, and insurance) simultaneous and partial influential on customer loyalty with a significance value of 0,000 and F_{count} value of 18.165. While partially, branding indicator, packaging, labeling, insurance and services significantly influence customer loyalty. And indicators that dominant influence on customer loyalty is guaranteed variable with a contribution of 49.28%

المستخلص

عردينشه، عارف، محمد. 2012 البحث الجامعي: الموضوع " تأثير السمة نتاج ضد ولاء المستهلك حار رقائى Maicih في منتدى Kaskus.co.id"

المشرفة : إرمائتي حسن, الماجستير.
كلمات البحث : سمات المنتج, ولاء المستهلك

سلوك المستهلك يوفر معلومات بشأن وقائع حول شراء السلوك، مثل شراء المستهلكين المنتج لها مواقف مختلفة بطريقة مختلفة للنظر إلى مجموعة متنوعة من السمات التي تعتبر ذات صلة وأهمية. في اختيار المنتجات، والمستهلكين، أثرت بالتأكيد من سمات المنتج للمنتج. وفقا ل Fandi Tjiptono (1998: 103)، سمات المنتج هي عناصر المنتج تعتبر مهمة من قبل المستهلكين وتستخدم كأساس لاتخاذ القرارات المشتريات. سمات المنتج وتشمل: العلامات التجارية، والتغليف، والضمان (الضمان)، والخدمة، ووضع العلامات. هدفت هذه الدراسة إلى معرفة أثر سمات المنتج على ولاء المستهلك رقائى في وقت واحد إما Maicih حار أو جزئيا، والتحقيق في ولاء العملاء المهيمنة متغير.

هذا الاختبار يستخدم التفسيرية نهج البحوث (البحوث التفسيرية) أو البحث في تحليل تأثير سمات المنتج على ولاء المستهلك عن طريق أخذ عينة من 84 المشاركين، وتقنيات أخذ العينات العرضي (بالصدفة)، والأدوات البحثية مثل الاستبيانات، وتحليل نموذج المستخدم هو الانحدار الخطي المتعدد. في السابق، واختبار الصدق والثبات، جنبا إلى جنب مع اختبار الافتراض الكلاسيكي البيانات البحثية.

وأظهرت النتائج أن سمات المنتج (العلامة التجارية، والتعبئة والتغليف ووضع العلامات والخدمات والتأمين و) في وقت واحد وتأثير جزئي على ولاء العملاء بقيمة 0 000 أهمية قيمة Fhitung من 18,165. بينما العلامات التجارية جزئيا المؤشر، التعبئة والتغليف، ووضع العلامات، وضمان خدمة لها تأثير كبير على ولاء العملاء. ومكفول مؤشرات النفوذ المهيمن على ولاء العملاء المتغيرة م 49,28٪ مساهمة.