

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK, ATRIBUT LAYANAN, dan ATRIBUT PEMBELIAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PRODUK KOSMETIK WARDAH di KOTA
YOGYAKARTA**

*The Influence of Product Attributes, Service Attributes, and Purchase Attributes toward the
costumer satisfaction of Wardah cosmetic product in Yogyakarta Municipality*

SKRIPSI



Oleh:

DEWI MASYITHOH

20070410064

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2011

SKRIPSI
PENGARUH ATRIBUT PRODUK, ATRIBUT LAYANAN, dan ATRIBUT PEMBELIAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PRODUK KOSMETIK WARDAH di KOTA
YOGYAKARTA

*The Influence of Product Attributes, Service Attributes, and Purchase Attributes toward the
costumer satisfaction of Wardah cosmetic product in Yogyakarta Municipality*

Diajukan oleh:

DEWI MASYITHOH
20070410064

Telah disetujui Dosen Pembimbing
Pembimbing I

Muchamad Imam Bintoro,S.E.,M.Sc.Fin.
NIK : 143 073

Tanggal, 21 Juli 2011

SKRIPSI

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK, ATRIBUT LAYANAN, dan ATRIBUT PEMBELIAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PRODUK KOSMETIK WARDAH di KOTA
YOGYAKARTA**

Diajukan oleh

DEWI MASYITHOH
20070410064

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Tanggal 21 Juli 2011
Yang terdiri dari:

Ika Nurul Qamari, S.E., M.Si.
Ketua Tim Penguji

Alni Rahmawati, S.E., M.M.
Anggota Tim Penguji

Lela Hindasah, S.E., M.Si.
Anggota Tim Penguji

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Misbahul Anwar, S.E., M.Si.
NIK:143014

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : DEWI MASYITHOH

Nomor Mahasiswa : 20070410064

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: “Pengaruh Atribut Produk, Atribut Layanan, dan Atribut Pembelian terhadap Kepuasan Konsumen Produk Kosmetik Wardah di Kota Yogyakarta” 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 dibatalkan.

Yogyakarta, 21 Juli 2011

Dewi Masyithoh

MOTTO

- ❖ *“ Siapa yang tidak mengenal harga nikmat ketika adanya nikmat itu, maka ia akan mengetahui harga kebesaran nikmat setelah tadanya ” (Al-Fikam).*
- ❖ *Ilmu adalah jedela dunia, agama adalah cahaya kehidupan. Ilmu tanpa agama buta, agama tanpa ilmu sesat. (Albert Einstein)*
- ❖ *“ 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 berrguna bagi dirinya sendiri ” (H.R. AlBaihaqi).*
- ❖ *“ Barang siapa menempuh jalan untuk mencari ilmu, maka Allah memudahkan jalan baginya menuju surga ” (H.R. Muslim dan Tirmidzi).*

HALAMAN PERSEMBAHAN

INTISARI

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Selain itu dengan perkembangan ekonomi pada saat sekarang ini akan membawa dampak yang cukup besar dalam dunia usaha khususnya di bidang kosmetik.

Penelitian tentang kepuasan konsumen yang diukur melalui Atribut Produk, Atribut Layanan, Atribut Pembelian terhadap kepuasan konsumen pada produk kosmetik Wardah. Tujuannya untuk mengetahui pengaruh Atribut Produk, Atribut layanan, Atribut Pembelian terhadap kepuasan konsumen. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Produk kosmetik Wardah di kota Yogyakarta. Metode pengambilan sampel yang digunakan *Purposive sampling* teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan atau kriteria tertentu, jumlah sampel 108 orang. Kriteria responden yang diambil adalah responden yang pernah membeli produk kosmetik Wardah di kota Yogyakarta minimal 2 kali pembelian.

Dalam penelitian ini analisis regresi linier berganda dengan menggunakan bantuan program SPSS 16.0 *for windows* diperlukan untuk mengetahui pengaruh variabel tersebut diatas. Pengujian nilai-nilai parameter yang dihasilkan akan dilakukan dengan uji t test dan dilakukan uji Adjusted R² untuk mengidentifikasi seberapa besar pengaruh variabel-variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari ketiga variabel yang diteliti semua variabel berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen yaitu variabel Atribut Produk, Atribut Layanan dan Atribut Pembelian.

Kata kunci : Atribut Produk, Atribut Layanan, Atribut Pembelian, dan Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

Consumer satisfaction is feeling happy or disappointed person arising from comparing the perceived performance of the product (or outcome) of their expectations. In addition to economic development at the present time this will take a considerable impact in the business world, especially in the field of cosmetics.

Research on customer satisfaction as measured by product attributes, service attributes, Attribute Purchases of consumer satisfaction in cosmetic products Wardah. The goal is to determine the effect Product Attributes, Attribute service, Attributes Purchases of consumer satisfaction. The population in this study is the customer Wardah cosmetic products in the city of Yogyakarta. The sampling method used purposive sampling to collect information from members of the population approachable and obtained with a sample of 108 people.

In this study, multiple linear regression analysis using SPSS 16.0 for windows is needed to determine the effect of the above variables. Tests for parameter values generated will be done by t test and Adjusted R2 to identify how much influence the independent variables can affect the dependent variable.

Result showed that of these three variables all variables significantly influence consumer satisfaction that is variable Product Attributes, Attributes Service and Attributes Purchasing.

Keywords: Product Attributes, Attribute Service, Purchasing Attributes, and Consumer Satisfaction

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, Atribut Layanan, dan Atribut Pembelian Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Kosmetik Wardah di kota Yogyakarta”.

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 bagi semua pihak yang membutuhkan dan dapat memberikan masukan bagi penelitian selanjutnya.

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

1. Allah SWT, atas berkah dan rahmat- Nya saya akhirnya bisa menyelesaikan skripsi ini.
2. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Bapak Misbahul Anwar, S.E., M.Si. yang telah memberikan petunjuk, bimbingan dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.
3. Kepala Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Ibu Sri Handari Wahyuningsih, S.E., M.Si. yang telah banyak memberi bimbingan dan mempermudah selama penulis menyelesaikan skripsi.
4. Bapak Muchamad Imam Bintoro, S.E.,M.Sc.Fin. yang penuh kesabaran telah membimbing saya dan memberikan masukan selama proses penyelesaian skripsi ini.

5. Keluargaku yang selalu memberi dorongan dan perhatian kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan studi.
6. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir (skripsi) ini.

Sebagai kata akhir, tiada gading yang tak retak, penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritik, saran, dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat perlu dilakukan untuk kedalaman karya tulis dengan topik ini.

Yogyakarta, 25 April 2011

Dewi Masyithoh

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	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Batasan Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori	
1. Pengertian Pemasaran	9
2. Konsep Pemasaan	9
3. Pengertian Kepuasan Konsumen	10
4. Atribut Pembentuk Kepuasan	12
5. Strategi Memuaskan Konsumen	16
6. Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	18
B. Hasil Penelitian Terdahulu	20
C. Hipotesis Penelitian	24
D. Model Penelitian.....	27

BAB III	METODE PENELITIAN	
	A. Obyek dan Subyek Penelitian	28
	B. Jenis Data	28
	C. Teknik Pengambilan Sampel	29
	D. Metode Pengumpulan Data	30
	E. Definisi Operasional Variabel Penelitian	31
	F. Uji Kualitas Instrumen	36
	G. Analisis Data dan Uji Hipotesis	37
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	41
	1. Sejarah berdirinya Wardah	41
	2. Data Responden	44
	3. Karakteristik Responden	45
	B. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	49
	1. Uji Validitas	49
	2. Uji Reliabilitas	51
	C. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis)	53
	D. Pembahasan (Interpretasi)	59
BAB V	SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN	
	A. Kesimpulan	63
	B. Saran	64
	C. Keterbatasan Penelitian	64

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Populasi dan tingkat pengembalian kuesioner.....	44
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Pelanggan.....	47
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	48
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Banyaknya Pembelian.....	49
Tabel 4.6	Hasil Pengujian Validitas Atribut Produk	50
Tabel 4.7	Hasil Pengujian Validitas Atribut Layanan	50
Tabel 4.8	Hasil Pengujian Validitas Atribut Pembelian	51
Tabel 4.9	Hasil Pengujian Validitas Kepuasan Konsumen	51
Tabel 4.10	Hasil Pengujian Reliabilitas.....	52
Tabel 4.11	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	54
Tabel 4.12	Hasil Analisis Uji t Atribut Produk.....	56
Tabel 4.13	Hasil Analisis Uji t Atribut Layanan.....	57
Tabel 4.14	Hasil Analisis Uji t Atribut Pembelian.....	57
Tabel 4.15	Hasil Analisis Uji F	58
Tabel 4.15	Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	59

DAFTAR GAMBAR

2.1	Model Penelitian	27
-----	------------------------	----

