

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP SIKAP KONSUMEN
MUDA DALAM MENGGUNAKAN PEMUTIH WAJAH POND'S WHITE
BEAUTY**

(Studi pada Mahasiswa Muhammadiyah Yogyakarta)

***THE INFLUENCES OF PRODUCT ATTRIBUTES ON CONSUMER
ATTITUDE YOUNG IN USING POND'S WHITE BEAUTY
(Study Case on Muhammadiyah Universitas of Yogyakarta)***

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh
Gelara Sarjana pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



**Disusun oleh :
DWI WIDYANINGSIH
20080410055**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2012**

SKRIPSI

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP SIKAP KONSUMEN
MUDA DALAM MENGGUNAKAN PEMUTIH WAJAH POND'S WHITE
BEAUTY
(Studi pada Mahasiswa Muhammadiyah Yogyakarta)**

***THE INFLUENCES OF PRODUCT ATTRIBUTES ON CONSUMER
ATTITUDE YOUNG IN USING POND'S WHITE BEAUTY
(Study Case on Muhammadiyah Universitas of Yogyakarta)***

Diajukan oleh

DWI WIDYANINGSIH

20080410055

Telah disetujui Dosen Pembimbing :

Pembimbing

Prof. Dr. Heru Kurnianto Tjahjono, S.E., M.M

Tanggal

NIK: 143 071

SKRIPSI

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP SIKAP KONSUMEN
MUDA DALAM MENGGUNAKAN PEMUTIH WAJAH POND'S WHITE
BEAUTY
(Studi pada Mahasiswa Muhammadiyah Yogyakarta)**

***THE INFLUENCES OF PRODUCT ATTRIBUTES ON CONSUMER
ATTITUDE YOUNG IN USING POND'S WHITE BEAUTY
(Study Case on Muhammadiyah Universitas of Yogyakarta)***

Diajukan oleh :

**DWI WIDYANINGSIH
20080410055**

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Tanggal 20 Desember 2012
Yang terdiri dari

Dra. Retno Widowati PA.M.Si.,Ph.D
Ketua Tim Penguji

Fauziah,SE.,M.Si
Anggota Tim Penguji

Rita Kusumawati, SE., M.Si.
Anggota Tim Penguji

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Dr.Nano Prawoto,SE.,MSi.
NIK. 143 016

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Dwi Widyaningsih

Nomor Mahasiswa : 20080410055

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **“PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP SIKAP KONSUMEN MUDA DALAM MENGGUNAKAN PEMUTIH WAJAH POND’S WHITE BEAUTY (Studi pada Mahasiswa Muhammadiyah 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,

Dwi Widyaningsih

MOTTO

Jadilah engkau pemaaf dan suruhlah orang mengerjakan yang ma'ruf, serta berpaling dari pada orang-orang yang bodoh

(QS: Al-A'raf: 199)

"Ilmu itu lebih baik dari pada harta

Ilmu itu menjagamu sedangkan kamu menjaga harta

Ilmu itu hakim sedangkan harta dikenai hukum

Harta bisa berkurang karena penggunaan

Sedangkan ilmu akan bertambah bisa digunakan"

(Ali Bin Abi Tholib)

Salah bisa diperbaiki, gagal bisa diulangi, tapi menyerah berarti selesai. Kita boleh gagal tapi jangan sampai menyerah

(Bong Chandra)

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya ini untuk:

- ♥ *Ayah dan Ibu tercinta terimakasih atas doa dan semangatnya yang tak pernah lelah dan letih selalu memberi semangat dan mengingatkan, semoga ini jadi awal yang baik untuk ananda membahagiakan kalian*
- ♥ *Nenekku yang selalu ada di samping aku dan tak pernah lelah mendoakan dan mendukungku*
- ♥ *Kakak dan adik-adikku tersayang terimakasih atas doanya dan semangat kalian*

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dari atribut produk yang terdiri dari merek, kualitas, label, desain, dan kemasan terhadap sikap konsumen yaitu studi pada Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari 100 responden dengan menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas reliabilitasnya. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *convenience* sampling. Alat analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa secara bersama-sama variabel atribut produk terdiri dari merek, kualitas, label, desain dan kemasan berpengaruh terhadap sikap konsumen.

Kata kunci : Atribut Produk, merek, kualitas, label, desain, kemasan dan sikap konsumen.

ABSTRACT

This research is to know and to analyze the influence of the attribute of the product consisting of the mark, quality, label, design, and wrapping of the consumer response, that is the study on the student at Muhammadiyah University of Yogyakarta.

The data used in this research are the primer data obtained from 100 respondents by using questionnaire having been tested of its validity of the reliability. Technique of taking sample used is convenience sampling. the analyses way used in this research is double linearly regression analyses.

The result of this research proves that in together the variable of the attribute of the product consisting of mark, quality, label, design and wrapping has influence on the response of the consumer.

Keywords: Product Attribute, Mark, Quality, Label, Design, Wrapping and the Consumer Response.

KATA PENGANTAR

Assallamuallaikum wr.wb

Segala Puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat dalam penulisan skripsi dengan judul “ Pengaruh Atribut Produk terhadap Sikap Konsumen menggunakan Pemutih Wajah Pond’s White Beauty” (Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta).

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Dr.Nano Prawoto S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Retno Widowati PA, S.E., M.Si., PhD., selaku ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Prof. Dr. Heru Kurnianto Tjahjono, S.E.,M.M., selaku pembimbing yang sudah memberikan arahan, masukan, dan pemikiran dalam penyusunan skripsi ini.
4. Seluruh staf dosen dan administrasi Manajemen Fakultas Ekonomi yang telah memfasilitasi kelancaran penelitian.
5. Kedua orang tua yang telah memberikan semangat do’a dan dukungan baik dalam bentuk moril maupun materi.

6. Kakak dan Adiku tercintaa yang selalu memberikan dukungan dan semangat.
7. Teman-teman angkatan 2008: Susi, Nurul, Yani, Fatma, Ida, Nurin, Ajeng, Liza, Sigit, Pendi, Izma, Reza , Wanda , dan mbak Fika terimakasih atas bantuan kalian semua dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Terima kasih dan mohon maaf yang sebesar-besarnya bagi pihak lain yang telah membantu namun terlewatkan oleh penulis.

Dengan segenap kerndahan hati, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, oleh karena itu semua masukan yang bersifat membangun akan penulis terima dengan sepenuh hati dan terbuka.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang mempergunakannya

Wassallammu'allaikum wr. Wb.

Yogyakarta,.....2012

Dwi Widyaningsih

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING..... | ii |
| HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PENGUJI..... | iii |
| PERNYATAAN..... | iv |
| MOTTO..... | v |
| PERSEMBAHAN..... | vi |
| INTISARI..... | vii |
| ABSTRAK..... | viii |
| KATA PENGANTAR..... | ix |
| DAFTAR ISI..... | xi |
| DAFTAR TABEL..... | xiv |
| DAFTAR GAMBAR..... | xv |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang Penelitian..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah..... | 6 |
| C. Tujuan Penelitian..... | 6 |
| D. Manfaat Penelitian..... | 7 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | |
| A. Landasan Teori | |
| 1. Pengertian Produk..... | 9 |
| 2. Atribut Produk..... | 11 |

| | |
|--|----|
| 3. Perilaku Konsumen..... | 13 |
| 4. Sikap Konsumen..... | 18 |
| 5. Fungsi sikap..... | 21 |
| 6. <i>Theory Reasoned Action</i> | 22 |
| B. Hasil Penelitian Terdahulu..... | 22 |
| C. Hipotesis..... | 26 |
| D. Model Penelitian..... | 30 |

BAB III METODE PENELITIAN

| | |
|--|----|
| A. Obyek dan Subyek Penelitian..... | 31 |
| B. Jenis Data..... | 31 |
| C. Teknik Pengambilan Sampel..... | 31 |
| D. Teknik Pengumpulan Data..... | 32 |
| E. Definisi Operasional Variabel Penelitian..... | 33 |
| 1. Variabel Bebas (Independent) dan Indikator..... | 33 |
| 2. Variabel Terikat (Dependent) dan Indikator..... | 35 |
| 3. Alat ukur Variabel Penelitian..... | 36 |
| F. Uji Kualitas Instrumen Penelitian..... | 36 |
| 1. Uji Validitas..... | 36 |
| 2. Uji Reliabilitas..... | 37 |
| G. Uji Hipotesis dan Analisis Data..... | 37 |
| 1. Analisis Deskriptif..... | 37 |
| 2. Analisis Kuantitatif..... | 37 |
| a. Uji Regresi Linier Berganda..... | 37 |
| b. Uji Koefisien Parsial (uji t)..... | 38 |
| c. Uji Hipotesis Serentak (uji F)..... | 40 |
| d. Uji Koefisien Determinasi (R^2)..... | 41 |

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

| | |
|--|----|
| A. Gambaran Umum Obyek Penelitian..... | 42 |
| 1. Sejarah Pon's Unilever..... | 42 |

| | |
|---|----|
| B. Uji Kualitas Instrumen..... | 47 |
| 1. Uji Validitaas..... | 47 |
| 2. Uji Reliabilitas..... | 52 |
| C. Uji Hipotesis dan Analisis Data..... | 53 |
| 1. Analisis Deskriptif..... | 53 |
| 2. Analisis Kuantitatif..... | 55 |
| a. Pengujian Model F..... | 55 |
| b. Pengujian Model R^2 | 56 |
| c. Pengujian Hipotesis..... | 56 |
| d. Uji t..... | 61 |
| D. Pembahasan..... | 60 |

BAB V KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

| | |
|---------------------------------|----|
| A. Kesimpulan..... | 63 |
| B. Keterbatasan Penelitian..... | 64 |
| C. Saran..... | 65 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

- 4.1 Hasil Uji Validitas Merek Produk
- 4.2 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk
- 4.3 Hasil Uji Validitas Desain Produk
- 4.4 Hasil Uji Validitas Label Produk
- 4.5 Hasil Uji Validitas Kemasan Produk
- 4.6 Hasil Uji Validitas Sikap Konsumen
- 4.7 Hasil Uji Reliabilitas
- 4.8 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
- 4.9 Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur
- 4.10 Uji Model Regres Linier Berganda
- 4.11 Uji Hipotesis t

DAFTAR GAMBAR

Model Pengaruh Atribut Produk Terhadap Sikap Konsumen di Universitas
Muhammadiyah Yogyakarta