

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK, BAURAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU PRABAYAR IM3**

SKRIPSI

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



Oleh

ERNAWATIE LIAGUSTIEN .S.

20030410013

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2007

SKRIPSI
PENGARUH ATRIBUT PRODUK, BAURAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU PRABAYAR IM3

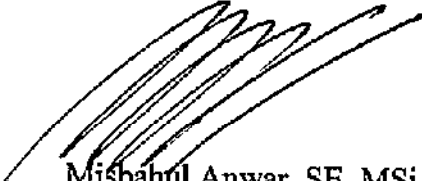
Diajukan oleh

ERNAWATIE LIAGUSTIEN.S.

2003.0410.013

Telah disetujui Dosen Pembimbing

Pembimbing


Misbahul Anwar, SE.,MSi
NIK : 143 014

Tanggal 5 Desember 2007


SKRIPSI
PENGARUH ATRIBUT PRODUK, BAURAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU PRABAYAR IM3


Diajukan oleh
ERNAWATIE LIAGUSTIEN .S.
2003 0410 013


Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan Dewan Penguji Program
Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Tanggal 31 Desember 2007

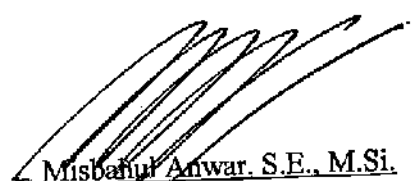
Yang terdiri dari:


Misbahul Anwar, S.E., M.Si.
Ketua Tim Penguji


Heru Kurnianto Tjahjono, S.E., MM
Anggota Tim Penguji


Ika Nurul Oamari, S.E., M.Si.
Anggota Tim Penguji

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta


Misbahul Anwar, S.E., M.Si.
NIK : 143 014

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Ernawatie Liagustien. S.

Nomor mahasiswa : 20030410013

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul : “ PENGARUH ATRIBUT PRODUK, BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU PRABAYAR IM3.

Tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu 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, 5 Desember 2007

Ernawatie Liagustien

motto

“Hanya Engkaulah (Allah yang kami sembah, dan hanya kepada Engkau kami memohon pertolongan” (QS. Al Fatihah : 5)

“ Hal-hal besar berawal dari sesuatu yang kecil”

“ Jika ingin sukses dalam hidup, jadikan kegigihan sebagai sahabat terbaik, pengalaman sebagai penasehat,kehati-hatian sebagai saudara, dan harapan sebagai pelindung genius”

PERSEMBAHAN

Dengan segala karunianya yang tak terhingga, kuucapkan rasa syukurku kepada Allah SWT, yang kepadanya tergantung segala sesuatu.

Skripsi ini penulis persembahkan kepada :
Bapak, Ibuku, dan Adikku tercinta
Teman-teman seperjuangan
Almamaterku

ABSTRACT

The purchasing decision is influenced by many factors, one factors is marketing stimulation, including product attribute (brand & phisycal evidence) and mixture promotion (advertising, promotion, word by mouth). The objetive of this research is examined empirically the effect of product attribute and mixture promotion on purchasing decision.

This is a survey research by using questionnaire intrument to collect the data needed. Questionnaire were distributed to 88 students in Muhammadiyah University of Yogyakarta. In order to provide the description about respondent demography, the research data were analyzed by using descriptve statistic. The data quality resulted from this research instrument usage was evaluated by reliability as well as validity tests. Hypothesis were tested by analysis means of multiple regression to recognize their effect on purchasing decision.

The result of this research show that brand, advertising, and promotion have significant influence on purchasing decision, but phisycal evidence and word by moth have not significant influence on purchasing decision.

ABSTRAKSI

Keputusan pembelian dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satu faktor tersebut adalah rangsangan pemasaran yang meliputi atribut produk (merek & bukti fisik) dan bauran promosi (iklan, promosi, rekomendasi personal). Tujuan penelitian ini adalah menguji secara empiris pengaruh atribut produk dan bauran promosi terhadap keputusan pembelian.

Data dalam penelitian ini diperoleh dengan survey yaitu dengan menyebarkan kuesioner. Kuesioner diberikan kepada 88 mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Untuk memperoleh gambaran demografi responden, penelitian ini menggunakan statistik diskriptif. Kualitas data yang dihasilkan dalam penelitian ini dievaluasi dengan uji validitas dan reliabilitas. Hipotesis diuji dengan analisis regresi berganda untuk mengetahui pengaruhnya terhadap keputusan pembelian

Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini memperlihatkan bahwa merek, iklan, dan promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr, Wb.

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat, hidayah dan barokahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ Pengaruh Atribut Produk, Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Prabayar IM3.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa tanpa ridho Allah SWT, kerja keras serta bantuan dari banyak pihak, skripsi ini tidak akan pernah terselesaikan. Pada kesempatan ini penulis mengungkapkan beberapa kata sebagai ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah meluangkan waktu, tenaga serta pikiran untuk penulis, terutama kepada yang terhormat :

1. Bapak Misbahul Anwar, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan sebagai Dosen Pembimbing yang telah membantu dalam membimbing penulisan skripsi ini.
2. Ayah dan Ibu serta saudara-saudaraku yang senantiasa memberikan dorongan dan perhatiannya sehingga penulis dapat menyelesaikan studi.
3. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, sehingga penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang sifatnya membangun sangat diharapkan.

Wassalamualaikum Wr, Wb.

Yogyakarta, 5 Desember 2007

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan Dosen Pembimbing.....	ii
Halaman Pengesahan.....	iii
Halaman Pernyataan.....	iv
Halaman Motto	v
Persembahan.....	vi
Abstrak.....	vii
Intisari.....	viii
Kata Pengantar.....	ix
Daftar Isi.....	x
Daftar Gambar.....	xiii
Daftar Tabel.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	4
C. Perumusan Masalah.....	5
D. Tujuan Penelitian.....	5
E. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Pemasaran dan Manajemen Pemasaran.....	7
B. Perilaku Konsumen.....	8
C. Pengertian Produk dan Teori Atribut Produk.....	15

D. Periklanan.....	23
E. Promosi Penjualan.....	26
F. Rekomendasi Personal Dari Mulut ke Mulut.....	28
G. Keputusan Pembelian.....	29
H. Penelitian Terdahulu.....	30
I. Hipotesis.....	31
J. Model Penelitian.....	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
A. Metode Penelitian.....	33
B. Teknik Pengambilan Sampel.....	33
C. Jenis Data.....	34
D. Definisi Operasional Variabel.....	35
E. Uji Kualitas Instrumen.....	38
F. Teknik Analisis Data.....	39
BAB V ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	42
A. Gambaran Umum.....	42
B. Pengujian Instrumen.....	45
C. Pengujian Hipotesis.....	47
D. Pembahasan.....	52
BAB V KESIMPULAN, SARAN, DAN KETERBATASAN	
PENELITIAN.....	56
A. Kesimpulan.....	56
B. Saran.....	57

C. Keterbatasan Penelitian.....	58
Daftar Pustaka.....	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian.....	32
----------------------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pemakaian Pulsa...	44
Tabel 4.3	Pengujian Validitas Instrumen.....	46
Tabel 4.4	Pengujian Reliabilitas Instrumen.....	47
Tabel 4.5	Pengujian Regresi Berganda.....	48
Tabel 4.6	Hasil Uji F.....	49
Tabel 4.7