

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK DAN BAURAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU PRABAYAR FLEXI
DI YOGYAKARTA**

SKRIPSI

**Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana
pada Fakultas Ekonomi Program studi Manajemen**

Universitas Muhammadiyah

Yogyakarta



Disusun Oleh

UTAMI WULAN DARI

2003.0410 354

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2008

SKRIPSI
PENGARUH ATRIBUT PRODUK DAN BAURAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU PRABAYAR FLEXI
DI YOGYAKARTA

Diajukan Oleh
UTAMI WULAN DARI
20030410354

Telah disetujui oleh:

Pembimbing,


Sutrisno Wibowo SE, MM

Tanggal 5 Maret 2008

SKRIPSI
PENGARUH ATRIBUT PRODUK DAN BAURAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU PRABAYAR FLEXI
DI KOTA YOGYAKARTA

Diajukan Oleh
UTAMI WULAN DARI
20030410354

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan
Dewan Penguji Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Tanggal 25 Maret 2008
Yang terdiri dari.

Asnawi Asdinardju, Drs., M.Si.
Ketua Tim Penguji

Wihandaru, Drs., Msi
Anggota Tim Penguji

Gita Danupranata, SE, MM
Anggota Tim Penguji

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Mishahul Anwar, S.E., M.Si.

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : **UTAMI WULAN DARI**

Nomor Mahasiswa : **20030410354**

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Atribut Produk Dan Bauran Promosi terhadap Keputusan Pembelian kartu Prabayar Flexi Di Kota Yogyakarta”** 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.

Yogyakarta, Maret 2008

Utami Wulan Dari

Tanda tangan dan nama terang

INTISARI

Berkembangnya dunia telekomunikasi saat ini membuat para penyedia operator semakin bersaing ketat dalam menarik perhatian konsumen dengan atribut dan promosi yang dilakukan. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh atribut produk khususnya merek serta bauran promosi khususnya iklan, dan rekomendasi dari mulut ke mulut terhadap keputusan pembelian kartu prabayar Flexi baik secara simultan maupun parsial dengan menggunakan 100 responden yang menjadi pelanggan kartu prabayar Flexi. Penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Sigit Haryono (2004) yang berjudul "Atribut Produk, Bauran Promosi serta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian". Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan alat analisis regresi berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa,

- 1) Hasil uji secara simultan menunjukkan adanya pengaruh signifikan variabel independen (merek, bukti fisik, iklan, Promosi penjualan, dan rekomendasi dari mulut ke mulut) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian)
- 2) Dan berdasarkan hasil uji regresi secara parsial menunjukkan bahwa variabel merek mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian kartu prabayar Flexi, variabel iklan juga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian kartu prabayar Flexi dan variabel rekomendasi dari mulut ke mulut juga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada kartu prabayar Flexi.

Kata Kunci : Atribut produk, Bauran Promosi, Keputusan Pembelian

ABSTRAK

Recently developing of telecommunication makes operator service provider more compete in paying consumer attention by attribute and promotion which have done. This research is carried out by the researcher to analyze the influence of "product attribute", especially brand and "mixture promotion", especially advertising and word of mouth forward purchasing decision of Flexi card, not only partial but also simultaneously. This research is using responder of 100 responden and this reseach (2004) by title " Product attribute, mixture promotion and his implication to the purchasing decision The method which use in the research is purposive sampling, with instrument analysis of multiple regression.

The result of this research shows that :

- 1) Simultaneously, result test shows that there is an significant influence of independent variable (brand, physical evidence, advertising, sales promotion, word of mouth) forward dependent variable (purchasing decision),*
- 2) According to result of partially, regression indicated that a brand variabel has significant influence toward purchasing decision of Flexi, a advertising variabel has significant influence toward purchasing decision of Flexi, a word by mouth variabel has significant influence toward purchasing decision of Flexi.*

Keywords: product attribute, mixture promotion, purchasing decisions

KATA PENGANTAR

Assalamu alaikum Wr, Wb

Segala puji hanya bagi Allah Robbul Izzati, yang telah senantiasa memberi nafas hidup dan penghidupan terhadap seluruh ciptaan-Nya. Sholawat serta salam selalu tercurah kepada Nabi akhir zaman Muhammad S.A.W, beserta keluarga, sahabat, dan pengikutnya sampai akhir zaman.

Tidak akan ada karya yang memiliki nilai dan pemaknaan berarti tanpa adanya perjuangan, dan tidak akan ada perjuangan yang maksimal tanpa ada uluran tangan lain. Uluran tangan inilah yang telah membuahkan hasil karya yang jauh dari kesempurnaan, dengan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak yang telah dengan tulus ikhlas membantu dari proses pengerjaan hingga terwujud sebuah karya. Penulis menyadari bahwa karya ini terdapat banyak kekurangan, untuk itu besar harapan adanya kritikan dan sumbang saran yang membangun demi sempurnanya karya ini. Dan akhirnya ijinakan saya dengan sepenuh hati untuk berterima kasih kepada :

- 1. Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Bapak Dr. H. Khoirudin Bashori, M.Si., yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmu di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.**
- 2. Ibu Hasnah Rimiyati, Dra..M.Si, selaku Kepala Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.**
- 3. Bapak Misbahul Anwar S.E, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi**

4. Bapak Sutrisno Wibowo S.E., MM., selaku dosen pembimbing skripsi, terima kasih atas segala bimbingan dan arahnya selama proses skripsi
5. Mama dan Papa dan saudaraku atas doa, dukungannya yang tiada batas.

Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat dijadikan masukan bagi semua pihak.

Amien.....

Wassalamualaikum Wr, Wb

Wassalamualaikum Wr, Wb

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
INTISARI.....	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Batasan Masalah	5
C. Rumusan Masalah.....	5
D. Tujuan Penelitian	5
E. Manfaat Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI	7
A. Pengertian Pemasaran	7
B.	8

C. Perilaku Konsumen	21
D. Pengambilan Keputusan Konsumen	27
E. Hasil Penelitian Terdahulu	30
F. Hipotesis	32
G. Model Penelitian.....	33
BAB III METODA PENELITIAN.....	34
A. Subyek/Obyek Penelitian	34
B. Jenis Data	34
C. Teknik Pengambilan Sampel	35
D. Teknik Pengumpulan Data	35
E. Definisi Operasional Variabel.....	36
1. Definisi Variabel	36
2. Alat Ukur Variabel.....	39
F. Uji Kualitas Instrumen.....	40
1. Uji Validitas	40
2. Uji Reliabilitas.....	41
G. Analisis Data dan Uji Hipotesis	41
1. Analisis Deskriptif	41
2. Metode Kuantitatif	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
A. Statistik Deskriptif.....	45
B. Uji Kualitas Instrumen Penelitian.....	47

LAMPIRAN

DAFTAR PUSTAKA

C. Keterbatasan Penelitian 57

B. Saran 57

A. Kesimpulan 56

BAB V KESIMPULAN, KETERBATASAN, IMPLIKASI DAN SARAN

D. PEMBAHASAN 53

4. Koefisien Determinan 53

3. Uji T (parsial) 51

2. Uji F (simultan) 50

1. Analisis Regresi Berganda 49

C. Analisis Data dan Uji Hipotesis 49

2. Pengujian Kevaliditas 48

2. Pengujian Reliabilitas	48
C. Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	49
1. Analisis Regresi Berganda	49
2. Uji F (simultan).....	50
3. Uji T (parsial)	51
4. Koefisien Determinan	53
D. PEMBAHASAN	53
BAB V KESIMPULAN, KETERBATASAN, IMPLIKASI DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	56
B. Saran	57
C. Keterbatasan Penelitian	57

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan jenis kelamin	45
Tabel 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Kartu Flexi.....	46
Tabel 4.3 Uji Validitas	47
Tabel 4.4 Uji Reliabilitas	48
Table 4.5 Hasil analisis Regresi Berganda	49
Tabel 4.6 Hasil Analisis Regresi Nilai F	51
Tabel 4.7 Hasil Analisis Koefisien Determinasi	52

DAFTAR GAMBAR

2.1 Model Penelitian

34