

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP SIKAP KONSUMEN
PADA *GREEN PRODUCT COSMETICS*
*THE INFLUENCE OF PRODUCT ATTRIBUTES ON CONSUMER
ATTITUDES ON GREEN PRODUCT COSMETICS***

SKRIPSI

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

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh :

HASNA MUTIARA DEWI

20090410018

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2013

SKRIPSI

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP SIKAP KONSUMEN
PADA *GREEN PRODUCT COSMETICS*
*THE INFLUENCE OF PRODUCT ATTRIBUTES ON CONSUMER
ATTITUDES ON GREEN PRODUCT COSMETICS***



Telah disetujui Dosen Pembimbing

Pembimbing

Dr. Indah Fatmawati, M.Si.

Tanggal, 4 Juni 2013

NIK : 143 029

SKRIPSI

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP SIKAP KONSUMEN
PADA *GREEN PRODUCT COSMETICS*
*THE INFLUENCE OF PRODUCT ATTRIBUTES ON CONSUMER
ATTITUDES ON GREEN PRODUCT COSMETICS***

Diajukan oleh

HASNA MUTIARA DEWI

20090410018

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

24 Juni 2013

Yang terdiri dari

Dr. Indah Fatmawati, M.Si

Ketua Tim Penguji

Drs. Asnawi Asdinardju, M.Si

Anggota Tim Penguji

Munjiati Munawaroh, SE., M.Si

Anggota Tim Penguji

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Dr. Nano Prawoto, SE., M.Si.

NIK. 143

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Hasna Mutiara Dewi

Nomor Mahasiswa : 20090410018

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul : “**PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP SIKAP KONSUMEN PADA *GREEN PRODUCT COSMETICS***” 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, 24 Juni 2013

Materai, 6.000,-

Hasna Mutiara Dew

MOTTO

Ilmu lebih utama daripada harta. Sebab ilmu warisan para nabi adapun harta adalah warisan Qorun, Firaun dan lainnya. Ilmu lebih utama dari harta karena ilmu itu menjaga kamu, kalau harta kamulah yang menjaganya (Ali bin Abi Thalib).

Hendaklah kamu semua mengusahakan ilmu pengetahuan itu sebelum dilenyapkan. Lenyapnya ilmu pengetahuan ialah dengan matinya orang-orang yang memberikan atau mengajarkannya. Seorang itu tidaklah dilahirkan langsung pandai, jadi ilmu pengetahuan itu pastilah harus dengan belajar (Ibnu Mas'ud r.a).

Raihlah ilmu, dan untuk meraih ilmu belajarlah untuk tenang dan sabar
(Khalifah'Umar).

Thank's to...

Allah SWT

Terima kasih Ya Rabb telah memberiku segalanya yang terbaik.

Kedua orang tuaku tercinta

Alm. Ayahku H. Arifin Hilal

Ibuku Tuni Irbaryanti

Terima kasih ya Allah...telah memberiku orang tua yang sangat sayang padaku.

Terima kasih untuk semua cinta, kasih sayang, dukungan dan doa yang tiada pernah putus.

Ayah & Ibunda tersayang

Kutata masa depan dengan do'a mu

Kugapai cita dan impian dengan pengorbanan mu

Terima kasih untuk semua semangat, doa, dukungan, kasih sayang, perhatiannya

Teman-temanku terima kasih untuk waktu, motivasi, doa dan dukungannya.

Semoga persahabatan kita menjadi persaudaraan yang abadi

selamanya. Bersama kalian warna indah dalam hidupku, suka dan duka berbaur

dalam kasih. Semoga cita-cita kita diridhoi Allah SWT... Amin

Serta terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan

dan doa dari awal hingga akhir yang tidak mungkin disebutkan satu persatu.

Kesuksesan bukanlah suatu kesenangan, bukan juga suatu kebanggaan,

Hanya suatu perjuangan dalam menggapai sebutir mutiara keberhasilan...

Semoga Allah memberikan rahmat dan karunia-Nya... Amin

PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP SIKAP KONSUMEN PADA *GREEN PRODUCT COSMETICS*

INTISARI

Seiring dengan perkembangan zaman, produk kosmetik khususnya kosmetik wanita memberikan suatu peluang bisnis. Salah satu produk kecantikan yang menawarkan produk hijau adalah *The Body Shop*, perusahaan kosmetik yang mengandung bahan alami, produk kosmetik yang sudah dikenal sebagai salah satu produk kosmetik hijau (*Green Product Cosmetics*) di dunia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh atribut produk yang terdiri dari merek produk, kualitas produk, desain produk, label produk dan kemasan produk terhadap sikap konsumen pada *Green Product Cosmetics*, yaitu pada produk kosmetik *The Body Shop*. Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Fakultas Kedokteran. Dalam penelitian ini sampel berjumlah 100 responden. Data diperoleh melalui data primer dengan cara mengajukan kuesioner kepada responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda, dengan menggunakan uji parsial (uji t), uji parsial (uji F), dan uji determinan (uji R^2) dengan menggunakan bantuan program *Software SPSS 18,00 for Windows*. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh hasil bahwa atribut merek produk, kualitas produk, label produk dan kemasan produk berpengaruh signifikan terhadap sikap konsumen, sedangkan desain produk tidak berpengaruh signifikan terhadap sikap konsumen.

Kata kunci: Atribut Produk, Sikap Konsumen

***THE INFLUENCE OF PRODUCT ATTRIBUTES ON CONSUMER
ATTITUDES ON GREEN PRODUCT COSMETICS***

ABSTRACT

Along with the times, cosmetic products especially women's cosmetics provide a business opportunity. One of the beauty products that offer green products is *The Body Shop*, a cosmetics company that contains natural ingredients, cosmetic products which are well known as the one of the products green cosmetic (Green Product Cosmetics) in the world. This research aimed to determine the effect of product attributes which consist of brand products, product quality, product design, product labels and packaging products against consumer attitudes on Green Product Cosmetics, that is The Body Shop cosmetics products. Respondents in this research are students of the Faculty of Medicine, Muhammadiyah University of Yogyakarta. In this research a sample of 100 respondents. Data acquired through primary data by submitting a questionnaire to the respondent. Sampling technique using purposive sampling. Analysis tool used is the descriptive analysis and multiple linear regression analysis, using partial test (t test), partial test (F test), and the determinant test ($ujiR^2$) with use the help SPSS 18.00 software program for Windows. Based on the research results that the attributes of product brand, product quality, product labels and product packaging significant effect on the consumer attitudes, product design while no significant effect on consumer attitudes.

Keywords: Product Attributes, Consumer Attitude

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat dalam penulisan skripsi dengan judul **“Pengaruh Atribut Produk Terhadap Sikap Konsumen Pada *Green Product Cosmetics*”**.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis menyadari bahwa dalam pengungkapan, penyajian dan pembahasan materi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik dari berbagai pihak untuk penyempurnaan dan perbaikan skripsi ini.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Dr. Nano Prawoto, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Dr. Indah Fatmawati, M.Si, selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian skripsi ini.
3. Bapak dan Ibu Dosen Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan ilmu yang luar biasa selama menempuh studi.

4. Kedua orangtuaku tercinta H. Arifin Hilal dan Tuni Irbaryanti serta saudara-saudaraku yang senantiasa memberikan dorongan baik moril maupun materiil dan perhatian kepada penulis hingga dapat menyelesaikan studi.
5. Teman baikku Muthiara, Sita, Tiara, Hanum, Aini, Rainny, April, Damas, Angga, Eko, Agung, Sandy, Tri teman-teman kost Gana Eli, Aufa, Dinar, Ina, Dila, Mila, Juli, Intan, Destona, Cici dan teman-teman seperjuangan.
6. Seluruh Staff dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah membantu penulis selama masa perkuliahan.
7. Teman-teman angkatan 2009 Manajemen UMY.
8. Semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Hanya doa dan ucapan syukur yang dapat penulis panjatkan. Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan.

Yogyakarta, 24 Juni 2013

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
INTISARI.....	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
A. Kajian Teori	9
1. Pengertian Produk.....	9
2. Atribut Produk.....	12
3. Kosmetik	17

4. Produk Hijau	20
5. Sikap Konsumen	23
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	28
C. Hipotesis Penelitian.....	31
D. Model Penelitian	34
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
A. Subyek Dan Obyek	36
B. Jenis Dan Sumber Data	36
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	36
D. Teknik Pengumpulan Data.....	37
E. Definisi Operasional Dan Pengukuran.....	37
1. Definisi Operasional Variabel.....	37
2. Variabel Terikat	40
3. Skala Pengukuran Variabel.....	41
F. Pengujian Instrumen Penelitian.....	41
1. Uji Validitas	41
2. Uji Reliabilitas	42
G. Analisis Data	42
1. Analisis Deskriptif	42
2. Analisis Regresi Linier Berganda	43
H. Pengujian Hipotesis.....	43
1. Hipotesis Uji F	43
2. Uji Secara Parsial (Uji T).....	44
3. Pengujian Koefisien Determinan (R^2) Atau Godness Of Fit Test.....	45
Bab IV Analisis Data Dan Pembahasan	46
A. Sejarah Perusahaan.....	46
B. Analisis Deskriptif	52
C. Pengujian Instrumen.....	55
1. Uji Validitas	55

2. Uji Reliabilitas	56
D. Analisis Kuantitatif	57
1. Estimasi Regresi Linier Berganda.....	57
2. Pengujian Hipotesis.....	59
3. Uji Simultan(Uji-F).....	62
4. Uji $R^2_{adjusted}$ ($adj. R^2$)	63
E. Pembahasan.....	63
 BAB V KESIMPULAN, SARAN, DAN KETERBATASAN PENELITIAN	 67
A. Kesimpulan	67
B. Keterbatasan Penelitian.....	68
C. Saran.....	68
 DAFTAR PUSTAKA	 70
 LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	53
4.2. Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian.....	55
4.3. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	56
4.4. Hasil Regresi Linier Berganda.....	57

DAFTAR GAMBAR

1.1 Model Penelitian.....	35
---------------------------	----