



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
JAKARTA INTERNATIONAL COLLEGE

**ANALISIS PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT. GAUDIUM VITAE
(STUDI KASUS : LENS A MEREK PHYSIOL WILAYAH
JABODETABEK)**

SKRIPSI

ACEP MUHAMAD FURKON

1212.1111.329

DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SALAH SATU SYARAT MENYELESAIKAN SARJANA
EKONOMI STRATA SATU
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
TAHUN 2016

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
JAKARTA INTERNATIONAL COLLEGE

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

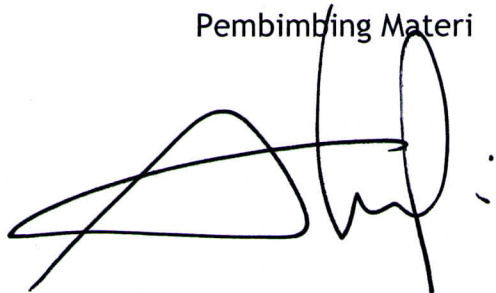
Nama : Acep Muhamad Furkon
NIM : 1212.1111.329
Jenjang : Strata Satu
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan

Pembelian Pada PT. Gaudium Vitae Jakarta.

(Studi Kasus Lensa Merek Physioll Wilayah Jabodetabek)

Jakarta, Agustus 2016

Pembimbing Materi



(Arifin Nugroho, SE, MM)

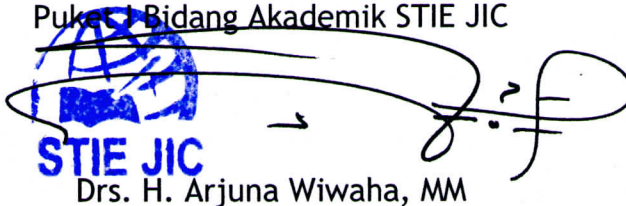
Pembimbing Teknis



(Zurlina Lubis, SE, MM)

Mengetahui

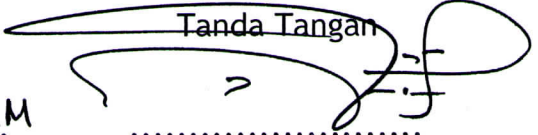
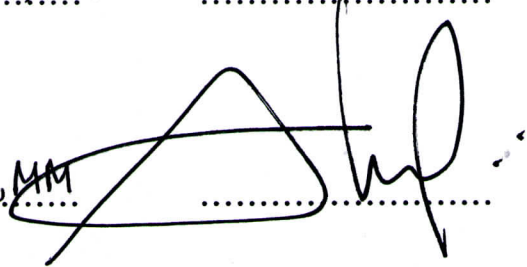
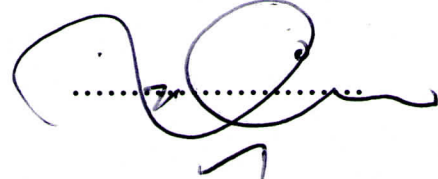
Puket I Bidang Akademik STIE JIC


STIE JIC
Drs. H. Arjuna Wiwaha, MM

PANITIA UJIAN SKRIPSI STRATA SATU

Ujian skripsi diselenggarakan, 05, 08, 2016

TIM PENGUJI

	Nama	Tanda Tangan
Ketua	: ..Drs.H.Aryana Wiwaha, MM	
Anggota	: 1. ..Drs.H.Aryana Wiwaha, MM	
	2. ..Arifin Nugroho SE, MM	
	3. ..Zurlina Lubis SE, MM	

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas berkat rahmat dan ridho-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Analisis Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Gaudium Vitae, Jakarta (Studi Kasus : Lensa Merek Physiol Wilayah Jabodetabek).” Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar sarjana Strata Satu (S1) program studi Manajemen Pemasaran pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jakarta International College.

Terselesaikannya penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan moril maupun materiil secara langsung maupun tidak langsung kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini, terutama kepada yang saya hormati:

1. Bapak Ir. Agus Susanto, MM, Ketua STIE JIC.
2. Bapak Drs. H. Arjuna Wiwaha, MM, Puket I
3. Bapak Arifin Nugroho, SE, MM, Kajar Manajemen dan sekaligus sebagai Pembimbing Materi skripsi ini.
4. Ibu Zurlina Lubis, SE, MM, sebagai pembimbing teknis skripsi ini.
5. Teristimewa saya berterimakasih kepada kedua orang tua tercinta, Ibu Siti Kulsum yang senantiasa memanjatkan doa untuk kelancaran skripsi ini dan

Bapak H.Rosidin (alm) dan saudara-saudara saya yang selalu mendoakan, memberikan motivasi dan pengorbanan lahir dan batin.

6. Bapak/ibu dosen, serta seluruh staff STIE JIC yang sangat membantu selama penulis menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak Surya Gani dan Bapak Herry Syamsuddin selaku pimpinan PT. Gaudium Vitae, Ibu Liana selaku staff administrasi dan seluruh karyawan PT. Gaudium Vitae atas bantuan dan kerjasamanya yang telah memberikan informasi-informasi dan data yang dibutuhkan bagi penulis.
8. Terima kasih kepada seluruh Instansi kesehatan, dokter dan paramedis lainnya yang telah bersedia menjadi obyek penelitian skripsi ini.
9. Nurrohmah dan seluruh teman-teman STIE JIC angkatan 2012 yang saya sayangi yang telah membantu serta meluangkan waktu dan pikirannya.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat ganda kepada semuanya. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis, dan bagi kita semua.

Jakarta, Agustus 2016

Acep M Furkon

ABSTRAKSI

Acep Muhamad Furkon, 12121111329, *Analisis Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Gaudium Vitae, Jakarta, Studi Kasus Lensa Merek Physiol Wilayah Jabodetabek*, 76 halaman, 13 tabel dan 5 gambar, Jakarta, 2016.

Penelitian ini membahas masalah pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan dan pengaruh Atribut Produk dengan keputusan pembelian pada PT. Gaudium Vitae studi kasus lensa merek physiol wilayah jabodetabek. Penelitian dilakukan pada PT. Gaudium Vitae, Jakarta.

Waktu penelitian dilaksanakan dari bulan April s/d Juni 2016. Metode penelitian melalui kepustakaan dengan mempelajari bahan-bahan tertulis berupa buku-buku, artikel, jurnal, dokumen, internet maupun laporan-laporan yang berkaitan dengan variabel penelitian sebagai landasan teori dan metode lapangan (*field research*) yaitu mengumpulkan informasi dan data yang aktual dari objek penelitian melalui observasi dan wawancara serta riset langsung terhadap pelanggan dengan menyebarkan kuesioner kepada konsumen. Setelah data terkumpul, maka dilakukan analisis kuantitatif dengan menggunakan rumus statistik yaitu hasil persamaan garis regresi : $\hat{y} = 5,57 + 0,88x$. Hasil koefisien korelasi = 0,92 yang berarti menunjukkan hubungan yang sangat kuat antara atribut produk dengan keputusan pembelian. Hasil koefisien determinasi = 85% yang berarti sebesar 85% keputusan pembelian dipengaruhi oleh atribut produk, sedangkan sisanya sebesar 15% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti promosi penjualan dan kualitas produk. Dengan menggunakan perhitungan uji T, maka diperoleh t_{hitung} sebesar 10,163 dan t_{tabel} sebesar 2,10092 sehingga t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} atau $t_{hitung} > t_{tabel}$. Maka H_0 : ditolak dan H_a : diterima. Dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara atribut produk dengan keputusan pembelian.

Daftar acuan : 10 buku (1994-2013), 4 jurnal. Pembimbing Arifin Nugroho dan Zurlina Lubis.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAKSI	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi dan Pembatasan Masalah.....	5
C. Perumusan Masalah.....	6
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II : KAJIAN TEORITIS, KERANGKA BERFIKIR DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Teoritis.....	8
1. Produk.....	8
2. Klasifikasi Produk.....	10
3. Atribut Produk.....	12
4. Keputusan Pembelian.....	21
B. Kerangka Berfikir.....	33
C. Pengajuan Hipotesis	34
D. Penelitian Terdahulu.....	34
BAB III : METODOLOGI PENELITIAN	
A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	37
B. Metode Penelitian.....	37
C. Definisi Operasional Variabel.....	38
D. Populasi dan Sampel.....	39

E. Instrumen Penelitian.....	40
F. Teknik Pengumpulan Data	41
G. Teknik Analisis Data.....	42
BAB IV : GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN	
A. Sejarah Singkat Perusahaan.....	48
B. Struktur Organisasi Perusahaan.....	55
C. Kegiatan Usaha Perusahaan.....	55
D. Gambaran Keberhasilan dan Kendala Perusahaan	56
BAB V : HASIL PENELITIAN	
A. Deskripsi Data Hasil Penelitian.....	58
B. Pengolahan Data.....	61
C. Pengujian Hipotesis.....	65
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	71
BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	74
B. Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA.....	76

DAFTAR TABEL

Tabel 1 : Interpretasi Koefisien Korelasi.....	44
Tabel 2 : Tabulasi Variabel X (<i>Atribut Porduk</i>)	60
Tabel 3 : Tabulasi Variabel Y (Keputusan Pembelian)	61
Tabel 4 : Jenis Kelamin Responden.....	61
Tabel 5 : Status Responden	62
Tabel 6 : Umur Responden	62
Tabel 7 : Pendidikan Terakhir Responden	63
Tabel 8 : Pekerjaan Responden.....	63
Tabel 9 : Distribusi Frekuensi.....	64
Tabel 10 : Distribusi Frekuensi.....	66
Tabel 11 : Distribusi Frekuensi.....	69
Tabel 12 : Distribusi Frekuensi.....	69
Tabel 13 : Distribusi Frekuensi.....	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Proses Keputusan Pembelian	25
Gambar 2 : Kerangka Berfikir.....	33
Gambar 3 : Struktur Organisasi Perusahaan.....	55
Gambar 4 : Grafik Regresi Linier Sederhana.....	68
Gambar 5 : Grafik Uji T.....	71

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Bentuk Kuesioner

Lampiran 2 : Tabulasi Data

Lampiran 3 : Hasil Pengolahan SPSS

Lampiran 4 : Tabel T hitung

Lampiran 5 : Surat Bukti Riset

Lampiran 6 : Daftar Riwayat Hidup