

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK ERIGO**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat**

**Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**

**Program Studi Manajemen**



**Diajukan Oleh:**

**MUHAMMAD FACHRUL ARIEF**

**Npm : 17420071**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

**2021**

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Fachrul Arief  
NPM : 17420071  
Alamat : Jl. Raya Lontar No.62 , Surabaya  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo. Benar bebas dari plagiat dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 2021

Yang membuat pernyataan



(Muhammad Fachrul Arief)

**SKRIPSI**

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK ERIGO**

**"Studi Kasus Pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas**

**Wijaya Kusuma Surabaya"**

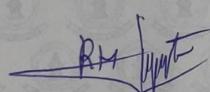
**Diajukan oleh :**

**MUHAMMAD FACHRUL ARIEF**

**NPM : 17420071**

**TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH :**

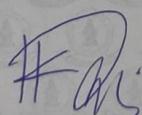
**DOSEN PEMBIMBING**



**Drs. Ec. Redy Eko Hari Suprapto, MM**

Tanggal 30 - 08 2021

**KETUA PROGRAM STUDI**



**Dr. Kristiningsih, SE., M.Si**

Tanggal 7 - 09 - 2021

**SKRIPSI**  
**PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN**  
**PEMBELIAN PRODUK ERIGO**

“Studi Kasus Pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas  
Wijaya Kusuma Surabaya”

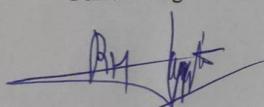
Diajukan oleh :

**MUHAMMAD FACHRUL ARIEF**

NPM : 17420071

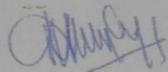
Susunan Dewan Pengaji

Pembimbing Utama



**Drs. Ec. Redy Eko Hari Suprapto, MM**   **Dr. Dwi Bhakti Iriantini, SE., M.SI**

Anggota Dewan Pengaji

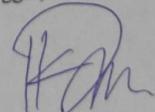


**Wiwik Herawati, SE.MM**

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar sarjana manajemen

Tanggal, 07 - 09 2021



**Dr. Kristiningsih, SE., M.Si**

Ketua Program Studi Manajemen

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT. Karena berkat Rahmat dan Karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian produk erigo Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya).

Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Selama penelitian dan penyusunan skripsi ini banyak sekali hambatan yang penulis alami, namun berkat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak akhirnya skripsi ini berhasil terselesaikan dengan baik.

Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis dengan senang hati menyampaikan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Prof. H. Sri Harmadji dr.SP, THT-KL.,(K) selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM., M.Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Ibu Dr. Kristiningsih, SE., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Bapak Drs.Ec Redy Eko Hari Suprapto, MM. selaku Dosen Pembimbing yang telah dengan baik dan sabar dalam membimbing penulis untuk Menyusun skripsi dengan baik.
5. Ibu Wiwik Herawati, SE., MM. selaku dosen wali.

6. Kedua Orang tua tercinta atas jasa-jasanya dalam segala hal yang dapat mendidik, memberi ilmu yang tak terbatas serta cinta dan kasih sayangnya bagi penulis.
7. Sahabat – sahabat penulis terima kasih kepada Ina Nabila, Thomas Bayu Wicaksono dan Mas Bocil yang selalu memotivasi, teman cangsku yang selalu memberiku semangat dan motivasi. Untuk teman satu kelasku semua yang senantiasa selalu membantu, memberi semangat, dorongan, serta masukan kepada penulis selama penulisan skripsi ini.
8. Semua pihak yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Tuhan memberikan balasan yang berlipat ganda kepada semuanya.

Demikian kata pengantar ini sebagai pembuka dari skripsi dan saran yang membangun selalu terbuka lebar untuk kesempurnaan dalam penelitian ini

Surabaya, 2021

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN SUSUNAN DEWAN PENGUJI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
ABSTRACTION .....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1    Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi .....	8
BAB II.....	10
TELAAH PUSTAKA .....	10
2.1. Landasan Teori.....	10
2.1.1. Definisi Pemasaran.....	10
2.1.2. Atribut Produk.....	11
2.1.3. Kualitas Produk.....	12
2.1.4 Merek .....	14
2.1.5. Desain.....	17

2.1.6. Harga .....	21
2.1.7 Keputusan Pembelian.....	24
2.1.8 Hubungan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	29
2.2 Penelitian Sebelumnya.....	32
2.3 Hipotesis .....	34
2.4 Model Penelitian.....	35
 BAB III.....	37
 METODE PENELITIAN.....	37
3.1 Pendekatan Penelitian.....	37
3.2 Populasi dan Sampel.....	37
3.2.1 Populasi .....	37
3.2.2 Sampel.....	38
3.3 Identifikasi Variabel .....	39
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	40
3.5 Jenis dan Sumber Data.....	47
3.5.1 Jenis Data .....	47
3.5.2 Sumber Data.....	47
3.6 Prosedur Pengumpulan Data.....	48
3.7 Teknik Analisis Data .....	49
3.7.1 Uji Validitas.....	49
3.7.2 Uji Reliabilitas .....	49
3.7.3 Analisa Regresi Linier Berganda .....	49
3.7.4 Koefisien Determinasi Berganda .....	50
3.7.5 Uji F .....	51
3.7.6 Uji Hipotesis (Uji T) .....	52
 BAB IV .....	54
 <b>Hasil Penelitian Dan Pembahasan.....</b>	54
4.1 Sejarah Erigo .....	54
4.1.1 Visi dan Misi.....	55
4.1.2 Logo .....	56
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	56
4.2.1 Hasil Penelitian .....	56
4.3 Deskripsi variabel penelitian.....	60

4.3.1 Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X1) .....	61
4.3.2 Deskripsi Variabel Merek (X2) .....	64
4.3.2 Deskripsi Variabel Desain (X3).....	65
4.3.4 Deskripsi Variabel Harga (X4) .....	68
4.3.5 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	70
4.4 Analisis Data .....	73
4.4.1 Uji Instrumen .....	74
4.5 Uji Model.....	77
4.5.1 Hasil Analisis Regresi Berganda .....	77
4.6 Hasil Pengujian Hipotesis .....	80
4.6.1 Uji F .....	80
4.6.2 Uji T .....	83
4.6.3 Uji Koefisien Determinan R .....	88
4.7 Pembahasan.....	89
BAB V .....	94
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>94</b>
5.1 Simpulan .....	94
5.2 Saran .....	95

## **DAFTAR TABEL**

2.1 Tabel penelitian Terdahulu .....	31
3.1 Tabel Jumlah Mahasiswa FEB UWKS .....	37
4.1 Tabel Deskripsi Responden Menurut Jenis Kelamin .....	55
4.2 Tabel Deskripsi Responden Menurut Usia .....	56
4.3 Tabel Deskripsi Responden Menurut Program Studi .....	57
4.4 Tabel Deskripsi Responden Menurut Rata-rata Penghasilan Perbulan .....	57
4.5 Tabel Kategori Penilaian .....	59
4.6 Tabel Tanggapan Responden Pada Variabel Kualitas Produk .....	60
4.7 Tabel Tanggapan Responden Pada Variabel Merek .....	63
4.8 Tabel Tanggapan Responden Pada Variabel Desain .....	65
4.9 Tabel Tanggapan Responden Pada Variabel Harga .....	67
4.10 Tabel Tanggapan Responden Pada Variabel Keputusan Pembelian .....	70
4.11 Tabel Uji Validitas .....	73
4.12 Tabel Uji Reabilitas .....	76
4.13 Tabel Uji Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	77
4.14 Tabel Hasil Uji F .....	79
4.15 Tabel Hasil Uji T .....	82
4.16 Tabel Uji Koefisien Determinan .....	87

## **DAFTAR GAMBAR**

1.1 Gambar yang Paling Banyak Dibeli .....	1
2.1 Gambar Model Penelitian.....	35
3.1 Gambar Kurva Uji F .....	51
3.2 Gambar Kurva t-tes .....	53
4.1 Gambar Logo Erigo .....	56
4.2 Gambar Kurva Uji F .....	82
4.3 Gambar Kurva Distribusi Uji T pengaruh Kualitas Product (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	84
4.4 Gambar Kurva Distribusi Uji T Pengaruh Merek (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	85
4.5 Gambar Kurva Distribusi Uji T Pengaruh Desain (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	86
4.6 Gambar Kurva Distribusi Uji T Pengaruh Harga (X4) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	87

## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....
2. Lampiran 2 Data Output SPSS dan Tabulasi Data SPSS.....

## **ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh variabel harga, promosi, kepercayaan dan kualitas pembelian terhadap keputusan pembelian Erigo. Penelitian ini menggunakan teknik non probability sampling dengan metode purposive sampling. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden pada pengguna e-commerce shopee di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Uji hipotesis menggunakan analisa regresi linier berganda dengan program SPSS.

Sebelum dilakukan uji hipotesis, dilakukan uji reliabilitas dan validitas yang semua hasilnya adalah semua variabel valid dan reliabel. Hasil dari pengujian uji-t dengan signifikansi 0,05 dapat disimpulkan bahwa ‘kualitas produk, merek, desain dan harga secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Erigo.

## **ABSTRACTION**

*This research was conducted to test the influence of celebrity endorser variables, advertising creativity and e-service quality on buying interest on erigo. This research uses non probability sampling technique with purposive sampling method. The sample used in this study was 100 respondents in Wiyung Subdistrict surabaya who had shopped on the online shopping site Shopee. Hypothetical test using linear regeresi anlisa multiple with SPSS program.*

*Before the hypothesis test, reliability and validity test that all the results are all valid and reliable variables. The results of the t-test with a significance of 0,05 can be concluded that " product quality, brand, design and price significantly influence the purchasing decision of Erigo".*