

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK, ATRIBUT LAYANAN, DAN ATRIBUT
PEMBELIAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN WARUNG STEAK
JALAN COLOMBO YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

MIGUEL LUGIARTO

NIM : 11054436

**FAKULTAS BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

2011

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK, ATRIBUT LAYANAN, DAN ATRIBUT
PEMBELIAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN WARUNG STEAK
JALAN COLOMBO YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi

Oleh :

MIGUEL LUGIARTO

NIM : 11054436

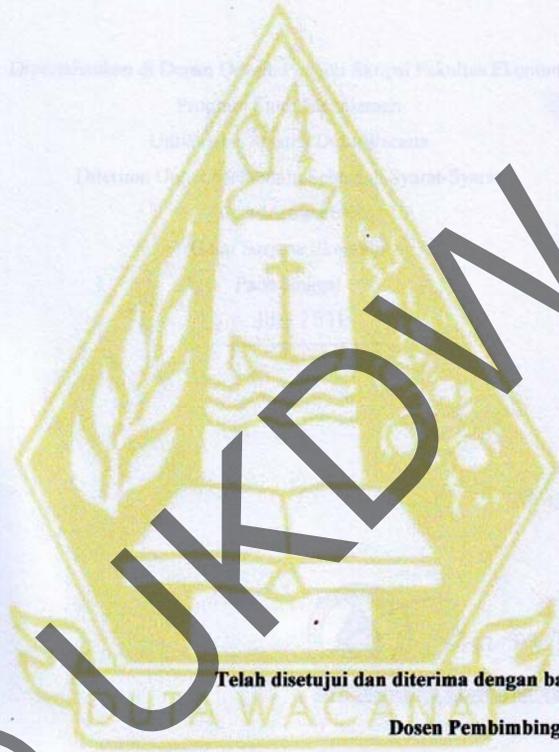
Jurusan : Manajemen



**FAKULTAS BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

2011

HALAMAN PERSETUJUAN



Telah disetujui dan diterima dengan baik oleh,
Dosen Pembimbing Skripsi



A handwritten signature in black ink, which appears to read 'Purwani', is written over the printed name.

Dra Purwani Retno Andalas, MM

HALAMAN PENGESAHAN

Dipertahankan di Depan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi
Program Studi Manajemen
Universitas Kristen Duta Wacana
Diterima Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat
Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi

Pada tanggal

01 JUL 2011

Mengesahkan

Dekan,



[Signature]
Dra Insiwijati Prasetyaningsih,MM



Dewan Penguji :

1. Dra Purwani Retno Andalas,MM
2. Petra Surya Mega Wijaya,SE,M.Si
3. Andreas Ari Sukoco,SE,MM,MMin

[Signature]
.....
[Signature]
.....

MOTTO

**BANYAKLAH RANCANGAN DI HATI MANUSIA,
TETAPI KEPUTUSAN TUHANLAH YANG
TERLAKSANA.**

(AMSAL 19 : 21)

**ORANG MENILAI DARI APA YANG MEREKA LIHAT BUKAN
DARI APA YANG MEREKA KETAHUI
(MIG)**

HIDUP ITU PILIHAN DAN PILIHAN ITU ADA DI TANGAN KITA SATU
SENYUM HILANGKAN SERIBU RISAU HIDUPLAH DENGAN MIMPI
TAPIJANGAN HIDUP DALAM MIMPI

Kekuatan kita yang sesungguhnya bukan waktu kita melakukan pekerjaan berat, melainkan waktu kita dapat tersenyum di waktu yang berat dan terus bertahan

HALAMAN PERSEMBAHAN



Kupersembahkan kepada :

Tuhan Yesus

Papa dan Mamaku

Diana Lay Lugiarto kakakku

Sherly Lay Lugiarto kakakku

Lily Lugiarto adikku

Fernando Jong kakakku

Magdalena Lay, Olga Lay Tanteku

Dian Pangesti

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus atas penyertaan, berkat, dan kesehatan yang diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “PENGARUH ATRIBUT PRODUK, ATRIBUT LAYANAN, DAN ATRIBUT PEMBELIAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN WARUNG STEAK JALAN COLOMBO YOGYAKARTA.” Adapun tujuan penulisan skripsi ini untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.

Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada semua pihak, dimana penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini, penulis tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Ucapan terimakasih yang sangat tulus ini, disampaikan kepada:

1. Dra Purwani Retno Andalas,MM. Terimakasih untuk waktu dan bimbingannya.
2. Dekan Fakultas Ekonomi, seluruh staff pengajar dan staff administrasi Universitas Kristen Duta Wacana.
3. Alm Papaku tercinta dan ibuku tersayang, yang sudah menjadi orang tua terbaik untuk Migie. Terimakasih untuk dukungan doa maupun materi. Always love you.
4. Kakak dan adikku, ko Nando, Yanci, Secie dan Limoey yang selalu memberi semangatnya.

5. Keluarga besarku. Terimakasih untuk bantuan, doa, dan semangatnya.
6. Temen-temen yang telah membantu dan memberikan semangat, Adie Simion, Joe, Vinna, Ari, Fiany, Rian, Dian kebo ,Indah, Yuli, Thomas, Mike, dan Ali . *Thank's pren!*
7. Semua Anak-anak ekonomi yang tidak dapat disebutkan satu-satu, *thank u so much! ☺*
8. Om Alexio, koherman, dan Akweko thank you buat support dan dukungan doanya.
9. Dian Pangesti Terimakasih untuk waktu dan bantuan serta cintanya.

Akhirnya, penulis menyadari bahwa skripsi ini tentunya tidak luput dari kekurangan dan keterbatasan yang jauh dari sempurna. Penulis menerima masukan dari semua pihak yang membaca skripsi ini demi kesempurnaan.

Yogyakarta, Juni 2011

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Cover.....	i
Halaman Judul.....	ii
Halaman Persetujuan.....	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Motto	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar.....	xiv
Daftar Lampiran.....	xv
Abstraks	ixvi

BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	2
1.3. Tujuan Penelitian	3
1.4. Manfaat Penelitian	3
1.5. Batasan Penelitian	4

BAB II. LANDASAN TEORI

2.1. Pengertian Pemasaran	5
---------------------------------	---

2.2.	Konsep Pemasaran	6
2.3.	Keputusan Pembelian Konsumen	8
2.3.1.	Proses Keputusan Pembelian Konsumen	9
2.4.	Kepuasan Konsumen.....	9
2.4.1.	Strategi Memuaskan Konsumen.....	14
2.5.	Model Penelitian	16
2.6.	Pengembangan Hipotesis	16

BAB III. METODE PENELITIAN

3.1.	Data	17
3.1.1.	Primer	17
3.1.2.	Data Sekunder	17
3.2.	Populasi dan Penelitian Sampel	18
3.2.1.	Populasi	18
3.2.2.	Sampel	18
3.3.	Definisi Variabel dan Pengukurannya	19
3.3.1.	Definisi Variabel	19
1.	Variabel Independen	19
2.	Variabel Dependen.....	23
3.3.2.	Pengukuran Variabel	24
3.4.	Model Pengujian Kuesioner	24
3.4.1.	Uji Validitas	24
3.4.2.	Uji Reliabilitas.....	25

3.5. Metode Analisis Data.....	26
3.5.1. Analisis Regresi Linier Berganda.....	27
3.5.2. Uji t.....	28
3.5.3. Uji F.....	29
3.5.4. Koefisien Determinasi (R ²).....	29

BAB IV. HASIL PENELITIAN

4.1. Instrumen Penelitian.....	33
4.1.1. Analisis Validitas	34
4.1.2. Analisis Reliabilitas	36
4.2. Profil Responden.....	37
4.2.1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
4.2.2. Profil Responden Berdasarkan Usia.....	38
4.2.3. Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	39
4.2.4. Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	40
4.2.5. Profil Responden Berdasarkan Uang saku Per Bulan	41
4.3. Analisis Regresi Linier Berganda	42
4.4. Uji Signifikansi Pengaruh Secara Parsial (t Tes)	44
4.5. Uji Signifikansi Pengaruh Secara Simultan (F Tes)	46
4.6. Koefisien Determinasi (R ²)	47
4.7. Pembahasan.....	47

BAB V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	50
5.2. Keterbatasan.....	51
5.3. Saran	52
5.2.1. Bagi Perusahaan.....	52
5.2.2. Bagi Pembaca.....	53

Daftar Pustaka.

Lampiran.

© UKDW

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1.	Hasil Analisis Validitas.....	35
Tabel 4.2.	Hasil Analisis Reliabilitas	36
Tabel 4.3.	Profil Responden Berdasarkan Klasifikasi Jenis Kelamin.....	37
Tabel 4.4.	Profil Responden Berdasarkan Klasifikasi Usia	38
Tabel 4.5.	Profil Responden Berdasarkan Klasifikasi Pendidikan Terakhir	39
Tabel 4.6.	Profil Responden Berdasarkan Klasifikasi Pekerjaan.....	40
Tabel 4.7.	Profil Responden Berdasarkan Klasifikasi Uang saku Per Bulan.....	41
Tabel 4.8.	Analisis Regresi linear Berganda.....	43
Tabel 4.9.	Hasil Uji t.....	45
Tabel 4.10.	Hasil Uji F.....	46
Tabel 4.11.	Koefisien Determinasi.....	47
Tabel 4.12.	Hasil Penelitian	48



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian Konsumen.....	9
Gambar 2.2 Model Penelitian	16

© UKDW

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Jawaban Responden

Lampiran 3. Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 4. Uji Presentase

Lampiran 5. Uji Hipotesis

Lampiran 6. Tabel

Lampiran 7. Surat Ijin Penelitian



UKDW

ABSTRAKSI

Penelitian ini mencoba untuk menganalisis pengaruh atribut produk, atribut layanan, dan atribut pembelian terhadap kepuasan konsumen Warung Steak jalan Colombo, Yogyakarta. Apa yang dapat ditawarkan oleh perusahaan akan sangat mempengaruhi kepuasan konsumen Warung Steak jalan Colombo, Yogyakarta. Pada penelitian ini kepuasan konsumen akan disoroti dari 3 hal, yaitu : atribut produk, atribut layanan, dan atribut pembelian. Penelitian ini dianalisis dengan menggunakan alat analisis regresi linier berganda guna membuktikan kebenaran hipotesis. Responden berjumlah 100 orang dengan menggunakan *Accidental sampling*. Kepuasan konsumen diukur dengan menggunakan atribut-atribut pembentuk kepuasan secara universal (Alan Dutka; 1994), adalah *attributes related to the product, attributes related to the service, attributes related to the purchase*. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan dari variabel bebas (atribut produk dan atribut pembelian) terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen). Selain itu, penelitian ini juga menunjukkan tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas (atribut layanan) terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen).

Keyword : Atribut Produk, Atribut Layanan, Atribut Pembelian, dan Kepuasan Konsumen.



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dengan kondisi sekarang ini dimana persaingan dalam dunia usaha semakin ketat, maka untuk menghadapi situasi dan keadaan yang demikian pengusaha harus mampu, cepat dan tepat mengambil keputusan agar perusahaan yang didirikan dapat berkembang dengan baik.

Mendirikan suatu perusahaan bukanlah merupakan hal yang mudah, namun memelihara dan mengembangkan perusahaan yang sudah didirikan tersebut merupakan suatu pekerjaan yang jauh lebih banyak tantangannya. Masalah-masalah akan selalu muncul baik dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan.

Sebagai salah satu bentuk usaha, Restoran warung steak dikatakan cukup terkenal oleh masyarakat Yogyakarta khususnya para mahasiswa dan pelajar. Selain itu, usaha restoran memiliki pesaing-pesaing yang cukup banyak pelanggannya.

Sehingga perusahaan warung steak dituntut untuk terus melakukan pembenahan agar konsumen tak meninggalkan perusahaan dan berpindah pada pesaing perusahaan.

Hal ini dapat menyebabkan kerugian yang besar bagi perusahaan. Dengan demikian perusahaan harus mampu mengetahui atribut-atribut apa saja yang dapat memuaskan atau yang tidak dapat memuaskan konsumen.

Tercapainya kepuasan konsumen merupakan tujuan utama bagi

perusahaan selain mencari keuntungan. Dengan memberikan kepuasan pada konsumen, perusahaan diharapkan dapat mempertahankan bahkan meningkatkan kuantitas dan frekuensi kedatangan konsumennya.

Warung steak jalan colombo ini adalah salah satu resto yang memiliki konsep yang berbeda dengan resto-resto lain. Hal ini dapat dilihat dari atribut-atribut yang ditawarkan oleh warung steak. Atribut-atribut tersebut meliputi atribut produk, atribut layanan, dan atribut pembelian. Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang pengaruh atribut produk, atribut layanan, dan atribut pembelian terhadap kepuasan konsumen Warung Steak jalan colombo. Untuk itu peneliti mengambil judul **“Pengaruh Atribut Produk, Atribut Layanan, dan Atribut Pembelian terhadap Kepuasan Konsumen Warung Steak jalan Colombo Yogyakarta.”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh Atribut Produk terhadap Kepuasan Konsumen Warung Steak jalan Colombo, Yogyakarta?
2. Bagaimana pengaruh Atribut Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Warung Steak jalan Colombo, Yogyakarta?
3. Bagaimana pengaruh Atribut Pembelian terhadap Kepuasan Konsumen Warung Steak jalan Colombo, Yogyakarta?

4. Bagaimana pengaruh Atribut Produk, Atribut Layanan dan Atribut Pembelian terhadap Kepuasan Konsumen

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dilaksanakannya penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji pengaruh Atribut Produk terhadap Kepuasan Konsumen Warung Steak jalan Colombo, Yogyakarta.
2. Untuk menguji pengaruh Atribut Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Warung Steak jalan Colombo, Yogyakarta.
3. Untuk menguji pengaruh Atribut Pembelian terhadap Kepuasan Konsumen Warung Steak jalan Colombo, Yogyakarta.
4. Untuk menguji pengaruh Atribut Produk, Atribut Layanan, dan Atribut Pembelian terhadap Kepuasan Konsumen Warung Steak jalan Colombo, Yogyakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi perusahaan

Melalui penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan atau saran bagi perusahaan dalam upaya peningkatan kepuasan konsumen .

2. Bagi penulis

Penelitian ini merupakan satu kesempatan untuk menerapkan teori-teori akademis yang telah diperoleh selama berada di bangku

perkuliahan, sekaligus sebagai tolak ukur pribadi tentang kedalaman pemahaman terhadap berbagai ilmu yang telah didapat selama ini. Selain itu, juga dapat mengetahui pengaruh atribut produk, atribut layanan, dan atribut pembelian terhadap kepuasan konsumen Warung Steak Yogyakarta.

3. Bagi pihak lain

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi bagi pihak lain yang membutuhkan penelitian ini, dan berguna bagi perkembangan ilmu pengetahuan serta dapat menjadi *referensi* untuk penelitian selanjutnya.

1.5 Batasan Penelitian

Agar masalah yang diteliti tidak terlalu luas dan lebih spesifik, maka diberikan batasan sebagai berikut:

1. Obyek penelitian yang digunakan adalah Warung Steak Yogyakarta.
2. Responden yang diteliti adalah konsumen Warung Steak Yogyakarta.
3. Variable yang digunakan dalam penelitian ini adalah:
 - a. Atribut Produk
 - b. Atribut Layanan
 - c. Atribut Pembelian
 - d. Kepuasan Konsumen

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan tentang pengaruh atribut produk, atribut layanan, atribut pembelian terhadap kepuasan konsumen Warung Steak jalan Colombo, Yogyakarta, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, atribut produk, dan atribut pembelian secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen (uji F)
2. Hipotesis 1 yang menyatakan bahwa “*ada pengaruh antara atribut produk terhadap kepuasan konsumen Warung Steak jalan Colombo, Yogyakarta*” terbukti.
3. Hipotesis 2 yang menyatakan bahwa “*ada pengaruh antara atribut layanan terhadap kepuasan konsumen Warung Steak jalan Colombo, Yogyakarta*” terbukti.
4. Hipotesis 3 yang menyatakan bahwa “*ada pengaruh antara atribut pembelian terhadap kepuasan konsumen Warung Steak jalan Colombo, Yogyakarta*” terbukti.
5. Dari karakteristik responden atau profil responden, maka berdasarkan hasil pengolahan data dari 100 responden yang paling dominan adalah jenis kelamin laki-laki sebanyak 54 orang atau sebesar 54%, berusia

maximal 20 tahun sebanyak 52 orang atau sebesar 52%, berpendidikan terakhir SLTA sebanyak 79 orang atau sebesar 79%, bekerja sebagai pelajar dan mahasiswa sebanyak 79 orang atau sebesar 79%, dan berpendapatan max Rp.1.000.000,- per bulan sebanyak 63 orang atau sebesar 63%.

5.2. Keterbatasan

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang memerlukan penelitian lanjutan di masa yang akan datang. Beberapa keterbatasan tersebut antara lain :

1. Data penelitian hanya didasarkan pada hasil pengumpulan kuesioner, sehingga terjadinya perbedaan persepsi dengan keadaan yang sebenarnya sangat dimungkinkan. Disamping itu, penelitian ini hanya memberikan jawaban tertutup yang memaksa responden untuk memberikan jawaban sesuai dengan pilihan jawaban yang disediakan.
2. Penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel saja yaitu atribut produk, atribut layanan, atribut pembelian.
3. Jumlah responden sangat terbatas yaitu hanya 100 responden sehingga jawaban yang ada masih mewakili sebagian pendapat saja. Sebaiknya penelitian responden dilakukan diatas 100 orang responden, karena semakin banyak populasi, akan membuat responden lebih variatif, dan akan membantu peneliti untuk menemukan hasil yang lebih akurat lagi.

5.3. Saran

5.3.1. Bagi perusahaan

Warung Steak jalan Colombo, Yogyakarta harus terus mempertahankan atribut produk dan atribut pembelian karena secara parsial terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan dinilai memuaskan keinginan pelanggan.

1. Produk yang ditawarkan oleh pihak Warung Steak memiliki kualitas yang sebanding dengan harga, serta produk dari Warung Steak jalan Colombo memiliki ciri khas tersendiri sehingga produk dari Warung Steak jalan Colombo memiliki produk yang berbeda dari perusahaan lain, dan produk yang ditawarkan oleh Warung Steak jalan Colombo memiliki cita rasa dan menu yang bervariasi.
2. Segi atribut pembelian Warung Steak jalan Colombo sudah memiliki reputasi yang baik di mata konsumen dan harus mempertahankan kualitas sumber daya manusia dalam hal pelayanan kepada konsumen. karena di mata konsumen karyawan Warung Steak sudah sangat baik dalam melayani konsumen seperti melayani dengan sopan, ramah, dan perhatian dengan memberikan informasi yang dibutuhkan oleh konsumen, sehingga konsumen akan menganggap diri mereka dihargai.
3. Untuk Atribut layanan pihak manajemen Warung Steak jalan Colombo harus memperbaikinya, hal ini di perlukan untuk meningkatkan interest konsumen terhadap produk yang tanpa disadari di picu oleh layanan yang ditawarkan lebih baik dan menarik, karena di mata konsumen pelayanan yang diberikan oleh karyawan Warung Steak jalan Colombo belum bisa membuat konsumen merasa

puas, hal ini di sebabkan oleh pelayanan yang diberikan standart seperti resto lain sehingga kurang menarik, walaupun secara umum tidak berpengaruh besar terhadap penjualan namun faktor layanan bisa di gunakan untuk menarik konsumen lebih banyak lagi.

Keinginan dan kepuasan konsumen selalu berubah dari waktu ke waktu, oleh sebab itu penelitian seperti ini hendaknya dilakukan perusahaan secara periodik. Hal ini sangat baik dilakukan guna mengevaluasi dan memotivasi dalam peningkatan layanan dalam memenuhi harapan konsumennya

5.3.2. Bagi pembaca

Penelitian tentang atribut produk, atribut layanan, atribut pembelian dan kepuasan konsumen memang banyak dilakukan, tetapi harapan konsumen akan kualitas serta kepuasan tentang suatu produk atau jasa, cenderung semakin tinggi. Hal ini disebabkan oleh pengetahuan konsumen akan produk dan jasa semakin baik. Untuk itu, jika ingin melakukan penelitian kembali tentang kepuasan konsumen, perlu merubah standar penelitian kualitas yang berbeda dari yang digunakan dalam penelitian ini, misalnya memasukan variabel lokasi, variabel promosi, dan variabel-variabel lain yang diharapkan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, Metoda pengumpulan data dengan cara wawancara dengan responden perlu dilakukan supaya data yang diperoleh lebih menyakinkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, S., 1986, *Seri Pengukuran Psikologi : Reliabilitas dan Validitas*, Liberty, Yogyakarta.
- Cooper, D. R., & Emory, C.W., 1996, *Metode Penelitian Bisnis*, Jilid 1, Edisi 5, Erlangga, Jakarta.
- Dutka., 1994, *AMA Handbook for Customer Satisfaction : A complete Guide to Research, Planning and Implementation*, International Edition, NTC Business Books, Illinois, New York.
- Ghozali, I., 2006, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Cetakan IV, Badan Penerbit-Undip, Semarang.
- Kotler, P., & Susanto, A.B., 2000, *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*, Salemba Empat, Jakarta.
- Malhotra, N.K., *Marketing Research an Applied Orientation*, Second Edition, Prentice Hall International Inc, New Jersey .
- Sugiyono., 1993, *Metode Penelitian Bisnis*, CV Alfabeto, Bandung.
- Sugiarto., & Harjono., 2000, *Peramalan Bisnis*, PT Gramedia Pustaka, Jakarta.
- Tjiptono, F., Chandra, G., & Adriana, D., 2008, *Pemasaran Strategik* , Andi Offset, Yogyakarta.

