

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**
(STUDI PADA KONSUMEN BRAWIJAYA ISTANA OLEH-OLEH KHAS BATU)

Indah Susilowati, Siti Saroh, Daris Zunaida

*Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Admiministrasi, Universitas Islam
Malang, Jl. MT Haryono 193 Malang, 65144, Indonesia
LPPM Universitas Islam Malang Jl. MT Haryono 193 Malang, 65144, Indonesia
Email: Susilindah360@gmail.com*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Atribut Produk. Jenis penelitian adalah kuantitatif. Metode pengumpulan data menggunakan wawancara, dokumen, observasi dan kuesioner. Jumlah sampel sebanyak 90 serta menggunakan metode analisis regresi linier sederhana. Pengolahan data dengan menggunakan program SPSS 14.0 for Windows. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam uji t secara parsial variabel Atribut Produk berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian yang dibuktikan dengan Hal ini ditunjukkan dengan hasil pengujian Uji t didapatkan nilai t hitung sebesar 5,238 > t tabel 1,662 dan sig sebesar 0.000, dimana sig $t < 0,05$.

Kata Kunci : Atribut Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Product attribute. This type of research is quantitative. Data collection methods using interviews, documents, observations and questionnaires. The number of samples is 90 and using simple linear regression analysis method. Process data using the SPSS 14.0 program for Windows. The results showed that in partial t test Product Attribute variable had a significant positive effect on Purchasing Decisions as evidenced by this indicated by the results of the t test, the t value was 5.238 > t table 1.662 and sig was 0.000, where sig $t < 0,05$

Keywords : Product Attributes, Purchasing Decisions

PENDAHULUAN

Kota Batu merupakan salah satu kota sebagai penghasil buah apel yang sangat tinggi. Terdapat bermacam-macam olahan dari buah apel yaitu keripik apel, dodol apel, minuman sari apel dll. Kota Batu juga mempunyai keindahan tersendiri, terbukti dengan banyaknya para wisatawan luar kota yang berkunjung atau berlibur ke Kota Batu dan menjadikan Kota Batu sebagai Kota Wisata.

Kota wisata Batu sendiri adalah sebuah kota di Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Pariwisata kota Batu merupakan salah satu yang terbesar di Indonesia. Jumlah kunjungan wisatawan ke kota ini merupakan salah satu yang terbesar bersama dengan Bali dan Yogyakarta.

Objek wisata Kota Batu sangat beragam, dari sejarah, retail, pendidikan, hingga kawasan alam. Jumlah kunjungan wisatawan ke kota wisata Batu dari tahun ke tahun jumlah wisatawan yang datang terus meningkat melebihi target. Tahun 2017 4,7 juta wisatawan, tahun 2018 5,6 juta wisatawan, tahun 2019 ditargetkan kunjungan sebanyak 5.8 juta dan pada tahun 2020 sebanyak 6,4 juta wisatawan, sumber Times Batu

Kota Batu mempunyai objek wisatanya yang banyak dan menawan, kota Batu ini selalu dipenuhi oleh para wisatawan dari seluruh Indonesia. Tidak kalah dengan objek wisatanya, Kota Batu juga memiliki oleh-oleh khas yang tidak kalah menarik dengan lainnya.

Salah satu Toko oleh-oleh yang ada di Kota

Batu yaitu Brawijaya Istana Oleh-oleh Kota Batu ini sangat lengkap, dengan kualitas yang sangat terjamin dan harga yang terjangkau. Salah satu Oleh-oleh khas Kota Batu yang terdapat di pusat Oleh-oleh Brawijaya yaitu, keripik buah, kaos ngalam, tas atau goddie bag, sandal, pia Brawijaya. Brawijaya Istana Oleh-oleh juga memiliki aneka cinderamata lainnya misalnya saja gantungan kunci, gelang, bando, boneka dll. Toko Brawijaya Istana Oleh-oleh Kota Batu ini sangat lengkap, dengan kualitas yang sangat terjamin dan harga yang terjangkau.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Atribut produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Brawijaya Istana Oleh-oleh Khas Batu)”**.

Rumusan masalah dalam penelitian adalah apakah atribut produk yang terdiri dari 8 indikator yaitu merek, kemasan, pemberian label, layanan pelengkap, jaminan, kualitas, fitur, dan desain berpengaruh terhadap keputusan pembelian terhadap konsumen Brawijaya Istana Oleh-oleh Khas Batu ?

Berdasarkan uraian rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu mengetahui pengaruh atribut produk yang terdiri dari 8 indikator (merek, kemasan, pemberian label, layanan pelengkap, jaminan, kualitas, fitur, desain) berpengaruh terhadap keputusan pembelian terhadap keputusan pembelian terhadap konsumen Brawijaya Istana Oleh-oleh Khas Batu

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini baik secara teoritis maupun praktis adalah:

1. Manfaat Teoritis
Melalui penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan bagi peneliti selanjutnya khususnya dalam bidang ekonomi secara makro tentang atribut produk dan keputusan pembelian.
2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada pihak manajemen perusahaan sebagai bahan evaluasi dan memberikan gambaran dan informasi yang berguna bagi perusahaan.

TINJAUAN PUSTAKA

Produk

Menurut Basu Swasta (2008:168) adalah “suatu sifat yang kompleks baik dapat diraba maupun tidak dapat diraba, termasuk bungkus,

warna, harga, prestise perusahaan dan pengecer, pelayanan perusahaan dan pengecer, yang diterima oleh pembeli untuk memuaskan keinginan dan kebutuhannya”.

Menurut Assauri (2008:13), semua pembahasan, pengertian dan lingkup yang terkandung dari suatu produk dimulai dengan konsep produk tersebut. Dalam konsep produk perlu dipahami tentang wujud itu sendiri. Wujud produk adalah ciri-ciri atau sifat-sifat produk yang dilihat oleh konsumen dan diperlukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan

Atribut Produk

Menurut Suharno dan Sutarso (2010:160) atribut produk adalah pengembangan suatu produk perlu dilakukan dengan mendefinisikan manfaat yang akan ditawarkan, yang dikomunikasikan dan disampaikan melalui atribut produk, seperti kualitas, fitur, gaya dan desain.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:272) atribut produk adalah pengembangan suatu produk atau jasa melibatkan manfaat yang akan ditawarkan produk atau jasa tersebut.

Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:181) Keputusan pembelian adalah keputusan pembeli tentang merek mana yang dibeli.

Menurut Sutisna (2003:11) Memahami pembuatan keputusan konsumen, terlebih dahulu harus dipahami sifat-sifat keterlibatan konsumen dengan produk atau jasa.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah pada penelitian ini maka metode yang digunakan adalah metode kuantitatif.

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Brawijaya Istana Oleh-oleh Khas Batu yang berlokasi di Jl. Diponegoro No 86 Kota Wisata Batu, Jawa Timur, Indonesia

Variabel dan Pengukuran

Menurut Sugiyono (2013), Variabel segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya, untuk itu variabel yang digunakan dalam penelitian ini ada dua variabel yaitu variabel

bebas dan variabel terikat. Jenis variabel dalam penelitian dapat dibedakan menjadi:

1. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah : Merek (X1), Kemasan (X2), Pemberian Label (X3), Layanan Pelengkap (X4), Jaminan (X5), Kualitas (X6), Fitur (X7), Desain (X8).
2. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian (Y).

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli produk Brawijaya Istana Oleh-oleh Khas Batu yang berjumlah 90 orang.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah semua anggota populasi yang berjumlah 90 orang.

Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara
Menurut Sudaryono (2017:212) Wawancara adalah suatu cara pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya, dapat dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur, dan dapat dilakukan melalui tahap muka (face to face) maupun dengan menggunakan telepon. Wawancara dilakukan dengan meminta informasi kepada manajer Brawijaya Istana Oleh-oleh Khas Batu dan konsumen yang telah membeli produk
2. Kuesioner (angket)
Menurut Sugiyono (2005:163) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.
Pada hal ini peneliti membagikan lembar pernyataan yang berkaitan dengan permasalahan penelitian kepada responden yaitu konsumen Brawijaya Istana Oleh-oleh Khas Batu.
3. Observasi
Menurut Sudaryono (2017:216) observasi atau pengamatan merupakan suatu teknik atau cara mengumpulkan data dengan jalan mengadakan pengamatan terhadap kegiatan yang sedang berlangsung.
Peneliti akan melakukan penelitian langsung ke tempat yang diteliti dan mengamati kegiatan yang ada di Brawijaya Istana Oleh-oleh Khas Batu.
4. Dokumen

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, catatan harian, sejarah kehidupan, biografi, peraturan, kebijakan, foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain (Sugiyono, 2008:422). Dokumen dalam penelitian ini berupa informasi sejarah, visi dan misi tempat penelitian.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear sederhana . Secara umum persamaan regresi linear berganda dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Dimana: Y= Nilai prediksi dari variabel dependen (keputusan pembelian)

a= Titik potong Y, merupakan nilai bagi Y ketika X=0

b= Koefisien regresi

X= Variabel independen (atribut produk)

Uji Validitas

Menurut Sugiono (2013:172) uji validitas digunakan untuk mengetahui tingkat kevalidan dan instrument kuesioner yang digunakan dalam pengumpulan data. Melalui uji ini akan diketahui bahwa item-item yang digunakan dalam kuesioner benar-benar dapat mengungkapkan apa yang akan diteliti. Dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n \sum x^2 - (\sum x)^2)(n \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Dimana: r = koefisien korelasi variabel bebas dan variabel terikat

n = Jumlah sampel

X = Skor setiap item (variabel independent atau atribut produk)

Y = Skor setiap item (variabel dependent atau keputusan pembelian)

Uji Reliabilitas

Menurut Cronbach Alpha sebagai berikut :

Menurut Sugiono (2012:354), selain keperluan untuk memastikan bahwa instrument yang digunakan dalam penelitian telah benar-benar 51 mengukur variabel yang seharusnya diukur, perlu dipastikan juga bahwa instrument tersebut mengukur variabel secara akurat. Reliabilitas menguji seberapa konsisten suatu instrument pengukuran mengukur apapun konsep yang diukurnya, dengan kata lain, keandalan suatu pengukuran merupakan indikasi mengenai stabilitas dan konsistensi di mana instrument mengukur konsep dan membantu menilai

ketepatan sebuah pengukuran.

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] + \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right]$$

Keterangan :

r_{11} = Reliabilitas Instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan

σb^2 = Jumlah varian butir

σt^2 = Total varian

Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji t)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variabel dependennya uji terhadap nilai statistik t juga disebut uji parsial yang berupa koefisien regresi.

berpengaruh terhadap nilai variabel dependen.

2. Uji simultan (Uji F)

Menurut Algifari (2000:72), Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen mempunyai pengaruh yang sama terhadap variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Perusahaan

Brawijaya Istana Oleh-oleh telah tumbuh menjadi salah satu pusat oleh-oleh terlengkap dan termurah di kota Batu. Pada tahun 2013 Brawijaya Istana Oleh-oleh awalnya sewa kios kecil yang menjual tiga macam jenis oleh-oleh yaitu: cemilan yang berbahan baku utama apel, souvenir, dan kaos. Pemilik dari pusat oleh-oleh Brawijaya Istana oleh-oleh yaitu Bapak Ir. H. Riyadi Winoto. Kemudian pada tahun 2013 akhir ada pengembangan yang terus dilakukan hingga menjadi seperti sekarang ini. Brawijaya Istana Oleh-oleh akan terus melakukan pengembangan usaha dagang konservasi tempat seperti: tiket, hotel, makan, transit, dan juga oleh-oleh.

Karakteristik Responden

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis kelamin pada penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu perempuan dan laki-laki dari total 90 responden. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka pembagian karakteristik jenis kelamin bisa dilihat pada tabel di bawah ini:

Jenis Kelamin	Keterangan	
	Jumlah Responden	Prosentase
Perempuan	74	82,2%
Laki-laki	16	17,8%
Jumlah	90	100%

Data pada tabel menunjukkan bahwa responden laki-laki berjumlah 16 orang dengan prosentase sebesar 17,8%, responden perempuan berjumlah 74 orang dengan prosentase sebesar 82,2%. Hal ini menunjukkan bahwa Brawijaya Istana Oleh-oleh Khas Batu didominasi perempuan

Karakteristik responden berdasarkan usia

Berdasarkan karakteristik responden jika dilihat dari jenjang usia maka bisa dilihat sebagai berikut :

Usia Konsumen	Keterangan	
	Jumlah Responden	Prosentase
13-17 tahun	18	20,4%
18-23 tahun	21	23,3%
24-30 tahun	35	38,9%
Diatas 30 tahun	16	17,8%
Jumlah	90	100%

Data pada tabel menunjukkan bahwa responden berdasarkan karakteristik usia yang mendominasi yaitu responden yang berusia 24-30 tahun berjumlah 35 orang dengan prosentase sebesar 38,9%. Responden yang berusia 18-23 tahun berjumlah 21 orang dengan prosentase 23,3%. Kemudian usia 13-17 tahun berjumlah 18 orang dengan prosentase 20,4% dan yang paling sedikit usia diatas 30 tahun berjumlah 16 orang dengan prosentase 17,8%. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen Brawijaya Istana Oleh-oleh Khas Batu didominasi dengan usia 24-30 tahun.

Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir

Berdasarkan karakteristik responden jika dilihat dari pendidikan terakhirnya, maka dalam penelitian ini dibagi menjadi 4 kelompok yaitu SD, SMP, SMA dan Lainnya

Usia Konsumen	Keterangan	
	Jumlah Responden	Prosentase
SD	5	5,5%
SMP	15	16,7%
SMA	47	52,2%
Lainnya	23	25,5%
Jumlah	90	100%

karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan didominasi oleh tingkat pendidikan SMA berjumlah 47 orang dengan prosentase 52,2%. Kemudian tingkat lainnya berjumlah 23 orang dengan prosentase 25,5%. Kemudian tingkat pendidikan SMP berjumlah 15 orang dengan prosentase 16,7% dan yang paling sedikit tingkat pendidikan SD berjumlah 5 orang dengan prosentase 5,5%. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen Brawijaya Istana Oleh-oleh Khas Batu didominasi dengan tingkat pendidikan SMA.

Karakteristik responden berdasarkan berapa kali berbelanja

Dibagi menjadi 4 kelompok yaitu pertama kali, dua kali, tiga kali dan lainnya.

Berapa kali berbelanja	Keterangan	
	Jumlah Responden	Prosentase
Pertama kali	61	67,8%
Kedua kali	15	16,7%
Ketiga kali	6	6,7%
Lainnya	8	8,9%
Jumlah	90	100%

karakteristik responden berdasarkan berapa kali berbelanja didominasi konsumen baru yang berjumlah 61 orang dengan prosentase 67,8%. Kemudian konsumen yang melakukan pembelian dua kali sebanyak 16,7% yaitu 15 orang konsumen. Konsumen yang melakukan pembelian tiga kali sebanyak 6,7% yaitu 6 orang konsumen, dan konsumen yang melakukan pembelian lebih

dari tiga kali sebanyak 8,9 % yaitu sebanyak 8 orang konsumen.

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui tingkat kevalidan dari instrumen kuesioner yang digunakan dalam mengumpulkan data.

1. Variabel atribut produk (X) ada 8 indikator yang kemudian dikembangkan menjadi 29 butir pernyataan. Dalam penelitian ini responden sejumlah 90 orang. Dari hasil uji validitas dengan menggunakan SPSS 14 terdapat 1 butir pernyataan yang tidak valid, yaitu pada indikator X1.2. pernyataan tersebut memiliki r hitung dibawah 0,207 (r tabel). Sedangkan item pernyataan dikatakan valid apabila r hitung $>$ r tabel, dan nilai r tabel didapatkan dari tabel distribusi nilai dengan taraf signifikan 5% dan N (90). Selanjutnya pernyataan yang tidak valid tersebut dianggap gugur dari indikator X1 sisa item dari indikator X1 yaitu X1.1 sisa item pernyataan tersebut dapat mewakili variabel atribut produk (X), sehingga masih tersisa 28 pernyataan yang valid.

2. variabel keputusan pembelian (Y) terdapat 5 indikator, Dalam penelitian ini responden berjumlah 90 orang. Hasil uji validitas menggunakan SPSS 14, dari semua indikator Y memiliki r hitung diatas 0,207 (r tabel), sehingga dikatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan SPSS 14. Pengujian ini digunakan untuk mengetahui keandalan item pada setiap butir pernyataan pada kuesioner. Jawaban akan dikatakan reliabel apabila nilai *Cronboach Alpha* $>$ 0,60 dimana perhitungannya dibantu dengan menggunakan SPSS 14. Berikut hasil perhitungan uji reliabilitas:

a) Pada variabel atribut produk (X) diperoleh nilai *Cronboach Alpha* sebesar 0,907 $>$ 0,60 maka hasil dari variabel atribut produk (X) dikatakan reliabel.

b) Pada variabel keputusan pembelian (Y) diperoleh nilai *Cronboach Alpha* sebesar 0,739 $>$ 0,60 maka hasil dari variabel keputusan pembelian dikatakan reliabel.

Analisis Data

Regresi Linear Berganda

Dari hasil perhitungan tersebut dapat diperoleh persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = 11,903 + 0,98(X) + e$$

Hasil dari persamaan regresi linear sederhana

tersebut memberikan pengertian bahwa.

- a. Konstanta (a) sebesar 11,903

Nilai konstanta sebesar 11,903 menunjukkan bahwa variabel Atribut Produk (X) diasumsikan dengan nilai 0 (nol), maka besarnya variabel Keputusan Pembelian (Y) adalah 11,903

- b. Koefisien Regresi Variabel Atribut Produk
Nilai koefisien regresi variabel atribut produk 0,98 merupakan besaran pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian. Terdapat penambahan variabel atribut produk sebesar satu satuan maka akan meningkatkan variabel keputusan pembelian sebesar 0,98

Uji Hipotesis

Uji t

Berdasarkan hasil dari uji t yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS 14 dapat disimpulkan terhadap pengaruh yang signifikan antara variabel Atribut Produk dengan variabel Keputusan Pembelian. Hal tersebut dibuktikan dengan taraf signifikan $0.00 < 0.05$, dan juga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,238 > 1,662$) maka uji variabel Atribut Produk H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti variabel Atribut Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara atribut produk terhadap keputusan pembelian. Hal ini ditunjukkan dengan hasil pengujian Uji t didapatkan nilai t_{hitung} sebesar $5,238 > t_{tabel}$ 1,662 dan sig sebesar 0.000, dimana $sig < 0,05$. Berdasarkan hasil dari distribusi jawaban yang menunjukkan bahwa atribut produk yang paling banyak di pilih konsumen adalah kemasan (4,098).

Saran

1. Bagi Perusahaan

Brawijaya Istana Oleh-oleh Khas Batu Jalan Diponegoro No. 86, Desa Sisir, Kecamatan Batu, Kota Batu. Diharapkan untuk terus mempertahankan atribut produk yang terdapat pada semua produk Brawijaya Istana Oleh-oleh Khas Batu dan dapat menciptakan inovasi-inovasi produk maka secara tidak langsung Brawijaya Istana Oleh-oleh Khas Batu memberikan produk-produk baru bertujuan untuk menarik konsumen agar tertarik untuk membeli.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka saran untuk peneliti selanjutnya adalah dapat menggunakan variabel serupa. Peneliti selanjutnya diharapkan juga menggunakan teori yang sesuai dengan kondisi setelah melakukan penelitian. Jika penelitian ini masih banyak kekurangan, diharapkan penelitian selanjutnya agar bisa diperbaiki dan lebih disempurnakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Swastha, B., & Handoko, T. H. (2000). *Manajemen Pemasaran (Analisa Perilaku Konsumen)*. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Assauri, & Sofyan . (2008). *Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Suharno dan Yudi Sutarso. 2010. *Marketing In Practice*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kotler, P., & Armstrong .(2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (13 ed.). Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P., & Armstrong .(2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (12 ed.). Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Sutisna. 2003. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasran*. PT. Remaja Rosdakarya : Bandung.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.CV
- Sudaryono.(2017). *Metodologi Penelitian*.Jakarta: PT Raja Grafindo