

**ANALISIS ATRIBUT PRODUK TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN
KONSUMEN TENUN IKAT KECAMATAN ENDE TIMUR
KABUPATEN ENDE**

SKRIPSI



Disusun oleh:

CAROLINA ERMELINDA KORO
2016410293

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS FLORES
ENDE
2021**

LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : CAROLINA ERMELINDA KORO
Nim : 2016410293
Judul : ANALISIS ATRIBUT PRODUK TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN KONSUMEN TENUN IKAT KECAMATAN ENDE TIMUR KABUPATEN ENDE

Ende, 23 Oktober 2020

Telah Dujikan Di Depan Tim Penguji Skripsi

Pembimbing, I

Dr. Rafael Octavianus Byre, SE., M.Sc
NIDN : 08 2609 7401

Pembimbing, II

Yulius Laga, SE., M.Ec., Dev
NIDN: 08 0507 8703

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi
Universitas Flores

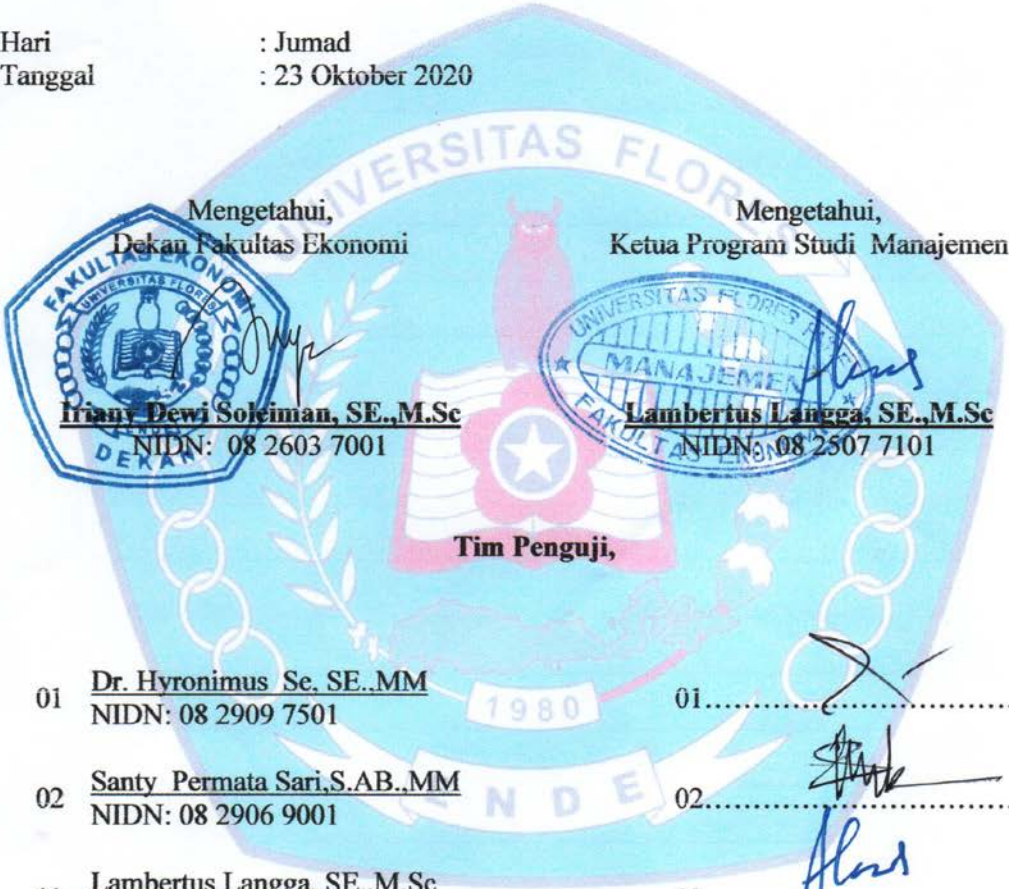


Lambertus Wangga, SE., M.Sc
NIDN : 08 2507 7101

LEMBAR PENGESAHAN

Telah diterima dan disahkan oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi Manajemen Fakul
Ekonomi Universitas Flores untuk dipertahankan guna memperoleh gelar sarja
manajemen pada:

Hari : Jumad
Tanggal : 23 Oktober 2020



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen

Iriany Dewi Soleiman, SE.,M.Sc
NIDN: 08 2603 7001

Lambertus Langga, SE.,M.Sc
NIDN: 08 2507 7101

Tim Penguji,

01	<u>Dr. Hyronimus Se, SE.,MM</u> NIDN: 08 2909 7501	01.....
02	<u>Santy Permata Sari,S.AB.,MM</u> NIDN: 08 2906 9001	02.....
03	<u>Lambertus Langga, SE.,M.Sc</u> NIDN: 08 2507 7101	03.....
04	<u>Yulius Laga, SE.,M.Ec.,Dev.</u> NIDN: 08 0507 8703	04.....
05	<u>Dr. Rafael Octavianus Byre, SE., M.Sc.</u> NIDN: 08 2609 7401	05.....



PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS

Yang bertanda tangan dibawa ini saya:

Nama : Carolina Ermelinda Koro

NIM : 2016410293

Menyatakan bahwa skripsi yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada jurusan manajemen Fakultas ekonomu universitas flores dengan judul “**Analisis Atribut Produk Terhadap Perilaku Pembeluian Konsumen Tenun Ikat Kecamatan Ende Timur Kabupaten Ende**” adalah hasil karya saya sendiri, bukan duplikasi dari karya orang lain.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya ternyata menduplikasi karya orang lain bukan menjadi tanggung jawab pihak lain, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Ende, 23 Oktober 2020

Hormat saya



Carolina Ermelinda Koro
NIM : 2016410293

MOTTO

Aku berpikir maka aku ada

Carolina Ermelinda Koro

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panajatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat penyelenggaraannya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “ **Analisis Atribut Produk Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen Tenun Ikat Di Kecamatan Ende Timur Kabupaten Ende**” guna memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan sarjana pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Flores .

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis diberi bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, baik secara materi maupun moril serta dorongan, nasehat, saran maupun kritik yang sangat membantu. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa hormatdan terima kasih kepada:

1. Orang tua tercinta Aloysius Ora Koro dan Lusia sedho, Kakak Nimus Rigo, Ninus Rigo, Figo Rigo, Adik Darwin, K Astin dan K Ratna serta seluruh keluarga yang telah memberikan dukungan dan motivasi untuk selalu semangat dan terus belajar dengan penuh keikhlasan.
2. Bapak Dr. Laurentius D. Gadi Djou, Akt selaku Ketua Yayasan Perguruan Tinggi Universitas Flores
3. Bapak Dr. Simon Sira Padji, MA selaku Rektor dan para Wakil Rektor Universitas Flores
4. Ibu Iriany Dewi Soleiman, SE.,M.Sc selaku Dekan Fakults Ekonomi Universitas Flores
5. Bapak Lambertus Langga, SE.,M.Sc selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Flores.
6. Bapak Dr. Rafael Octavianus Byre, SE.,M.Sc selaku pembimbing I dan bapak Yulius Laga, SE.,M.Ec. Dev selaku pembimbing II yang selalu meluangkan waktunya dalam membimbing peneliti menyusun skripsi ini.
7. Bapak ibu dosen penguji yang telah memberikan kritikan, koreksi dan saran dalam menyelesaikan skripsi ini serta Bapak / Ibu Dosen fakultas

Ekonomi yang turut memberikan pengabdian dan perhatian selama penulis menempuh proses perkuliahan

8. Camat Ende Timur Yang telah memberikan Izin kepada peneliti untuk melakukan penelitian ini.
9. Sahabat tercinta Lhya Quido, Ian Mari, Angela Gerha, Elish Nena, Trya Aga, Iren Tokan, Abang Fendy, Abang Rino, Dd Nero, Abang Petrik, Abang Acong, Yurni Ndari yang telah membantu peneulis menyelesaikan tulisan ini.
10. Teman-teman angela kos: K Iva, K Lesti, Novi Boti, Helmin Ndary, Tanti Florentina, Lhin Bara, Ester Bela, K Ernes, Achin, Chya yang telah mendukung penulis dalam melancarkan penelitian ini
11. Semua pihak yang tidak sempat penulis sebutkan satu per satu yang turut menyumbangkan tenaga dan pikirannya guna membantu peneliti.

Peneliti menyadari bahwa tulisan ini masih jauh dari kesempurnaan oleh karena itu, segala kritik dan saran penulis harapkan demi menyempurnakan tulisan ini. Akhir kata, peneliti mengharapkan kiranya skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Ende, Oktober 2020

Peneliti

PERSEMBAHAN

Skripsi ini ku persembahkan untuk :

1. Orang tua yang saya banggakan bapak Aloysius Ora Koro dan Ibu Lusiana Sedho yang hingga saat ini telah memberikan dorongan dan kasih sayang yang tiada hentinya sehingga menghantarkan saya ke gerbang keserjanaan
2. Kakak Heronimus Rigo, Saturnimus Rigo Dhae, Firmus Rigo, adik Darwin Agus Dhombo, kakak Ratna, kakak Astin, ponakanku Tasya Koro, Echy Koro, dan Kenzo Koro serta seluruh keluarga besar Zuja Djenda yang selalu memberikan dorongan dan mendoakan saya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
3. Yang terkasih sahabat- sahabat saya Lhya Quido, Angela Gerha, Ian Mari, Elish Nena, Trya Aga, Iren Tokan, Yurni Ndari, abang Rino, Dd Nero, Fendy, Abng Patrick, dan Acong Zari yang dengan sabar menemani dan memotivasi penulis dalam proses penulisan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan.
4. Teman- teman angela kos k lestin, k iva, Usi Nita, Lhin, Novi, Yurni, Helmin, Tanti, Acin, Chya, Ester, Frida, k Ernest yang luar biasa telah mendukung dan memotivasi penuli dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Teman-teman program studi akuntansi angkatan tahun 2016 yang senantiasa memotivasi penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

6. Untuk Organisasi Tercinta PMKRI, HMPS Manajemen, Dan IMPW
7. Untuk universitas Flores
8. Untuk Agama, Bangsa Dan Negara.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJIAN	ii
LEMBAR PEGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
PERSEMBAHAN	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1.Latar Belakang	1
1.2.Rumusan Masalah	5
1.3.Tujuan Penelitian	5
1.4.Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Landasan Teori	7
2.1.1. Pengertian Dan Konsep Pemasaran	7
2.1.2. Produk Dan Klarifikasi Produk.....	9
2.1.3. Atribut Produk	11
2.1.4. Perilaku Pembelian Konsumen	16
2.1.5. Hubungan Atribut Produk Dengan Perilaku Pembelian Konsumen	17
2.2. Penelitian Terdahulu	17
2.3. Pengembangan Hipotesis	20
2.4. Kerangka Berpikir	21

BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1. Desain Penelitian.....	23
3.2. Lokasi Penelitian.....	23
3.3. Populasi Dan Sampel	23
3.4. Variabel Dan Skala Pengukuran	24
3.5. Defenisi Operasional Variabel	26
3.6. Sumber Data Dan Teknik Pengumpulan Data	27
3.7. Pengukuran Instrument Penelitian	28
3.8. Teknik Analisis Data	31
BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN	33
4.1. Gambaran Umum Objek Dan Lokasi Penelitian	33
4.2. Hasil Uji Instrumen Penelitian	39
4.3.1. Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas.....	39
4.3.2. Hasil Uji Asumsi Klasik	44
4.3.3. Hasil Uji Hipotesis	47
4.3. Pembahasan Data Hasil Penelitian	52
BAB V PENUTUP	60
5.1 Kesimpulan	60
5.2. Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3.1. Bobot Nilai Setiap Pertanyaan	25
Tabel 3.2. Defenisi Operasional Fariabel.....	26
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	36
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan/Bulan.....	37
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	38
Tabel 4.4. Tabel Uji Validitas Dan Reliabilitas	39
Tabel 4.5. Tabel Uji Lineritas	44
Tabel 4.6. Tabel Hasil Uji Heterokedastisitas.....	45
Tabel 4.7. Tabel Hasil Uji Normalitas	46
Tabel 4.8. Tabel Hasil Uji Autokorelasi	47
Tabel 4.9. Tabel Hasil Analisis Regresi Kualitas Produk Terhadap Prilaku Pembelian Konsumen.....	47
Tabel 4.10 Tabel Hasil Analisis Regresi Kemasan Produk Terhadap Prilaku Pembelian Konsumen	48
Tabel 4.11. Tabel Hasil Analisis Regresi merek Produk Terhadap Prilaku Pembelian Konsumen	49
Tabel 4.12 Tabel Hasil Analisis Regresi fitur Produk Terhadap Prilaku Pembelian Konsumen	50
Tabel 4.13. Tabel Hasil Hasil Analisis Regresi desain Produk Terhadap Prilaku Pembelian Konsumen	51

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Gambar Kerangka Berpikir	22
Gambar 4.1. diagram karakteristik responden berdasarkan usia.....	37
Gambar 4.2 karakteristik responden berdasarkan penghasilan	38
Gambar 4.3 karakteristik responden berdasarkan pendidikan	39

ABSTRAK

Carolina Ermelinda Koro, Fakultas Ekonomi, Program sarjana. Analisis Atribut Produk Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen Tenun Ikat Di Kecamatan Ende Timur Kabupaten Ende. Pembimbing I : Rafael Octavianus Byre; pembimbing II : Yulius Laga

Penelitian ini bertujuan : (1) untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap perilaku pembelian konsumen, (2) untuk mengetahui apakah kemasan produk berpengaruh terhadap perilaku pembelian konsumen, (3) untuk mengetahui apakah merek produk berpengaruh terhadap perilaku pembelian konsumen, (4) untuk mengetahui apakah fitur produk berpengaruh terhadap perilaku pembelian konsumen, (5) untuk mengetahui apakah desain produk berpengaruh terhadap perilaku pembelian konsumen. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen tenun ikat di Kecamatan Ende Timur berjumlah 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner sedangkan analisis data menggunakan analisis regresi linier beranda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku pembelian konsumen dengan nilai $t_{hitung} 2,125 > t_{tabel} 1,984$ dan nilai signifikan sebesar $0,001 < 0,05$, (2) kemasan produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku pembelian konsumen dengan nilai $t_{hitung} 2,092 > t_{tabel} 1,984$ dan nilai signifikan sebesar $0,039 < 0,05$, (3) merek produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku pembelian konsumen dengan nilai $t_{hitung} 3,418 > t_{tabel} 1,984$ dan nilai signifikan sebesar $0,019 < 0,05$, (4) fitur produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku pembelian konsumen dengan nilai $t_{hitung} 3,857 > t_{tabel} 1,984$ dan nilai signifikan sebesar $0,034 < 0,05$, (5) desain produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku pembelian konsumen dengan nilai $t_{hitung} 4,595 > t_{tabel} 1,984$ dan nilai signifikan sebesar $0,035 < 0,05$.

Kata kunci: kualitas produk, kemasan produk, merek produk, fitur produk, desain produk, perilaku pembelian konsumen

ABSTRACT

Carolina Ermelinda Koro, Faculty of Economics, Undergraduate program. Analysis of Product Attributes on Consumer Purchasing Behavior of tenun ikat in Ende Timur District, Ende Regency. Advisor I: Rafael Octavianus Byre; Advisor II: Yulius Laga

This study aims: (1) to determine whether product quality affects consumer purchasing behavior, (2) to determine whether product packaging affects consumer purchasing behavior, (3) to determine whether product brands affect consumer purchasing behavior, (4) determine whether product features affect consumer purchasing behavior, (5) to determine whether product design affects consumer purchasing behavior. This research is a quantitative research. The sample in this study were 100 woven cloth consumers in East Ende District. The data collection technique used a questionnaire while the data analysis used linear regression analysis. The results of this study indicate that (1) product quality has a positive and significant influence on consumer purchasing behavior with a tcount of $2.125 > t \text{ table } 1.984$ and a significant value of $0.001 < 0.05$, (2) product packaging has a positive and significant effect on behavior. consumer purchases with a value of tcount $2.092 > t \text{ table } 1.984$ and a significant value of $0.039 < 0.05$, (3) brand products have a positive and significant influence on consumer purchasing behavior with a tcount of $3,418 > t \text{ table } 1.984$ and a significant value of $0.019 < 0.05$, (4) product features have a positive and significant effect on consumer purchasing behavior with a tcount of $3.857 > t \text{ table } 1.984$ and a significant value of $0.034 < 0.05$, (5) product design has a positive and significant effect on consumer purchasing behavior with a value tcount $4.595 > t \text{ table } 1.984$ and a significant value of $0.035 < 0.05$.

Keywords : product quality, product packaging, product brand, product features, product design, consumer purchasing behavior