

**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN, ATRIBUT PRODUK,
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN**

**(Studi Tentang Pengaruh Daya Tarik Iklan, Atribut Produk, Dan
Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk
Minuman Rasa Jeruk Merek Florida)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Administrasi Bisnis**



Oleh :

VIQRUL NADIA NUR LAILY

1121508135

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945
SURABAYA
2019**

**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN, ATRIBUT PRODUK,
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN**

**(Studi Tentang Pengaruh Daya Tarik Iklan, Atribut Produk, Dan
Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk
Minuman Rasa Jeruk Merek Floridina)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Administrasi Bisnis**



Oleh :

VIORUL NADIA NUR LAILY

1121508135

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945
SURABAYA
2019**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : VIQRUL NADIA NUR LAILY

NPM : 1121508135

Judul : PENGARUH DAYA TARIK IKLAN, ATRIBUT PRODUK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Tentang Pengaruh Daya Tarik Iklan, Atribut Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Minuman Rasa Jeruk Merek Florida)

Surabaya, 04 Februari 2019

Mengetahui,

Disetujui Oleh,

**Dekan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya**

Dosen Pembimbing

Dr. Endro Njahjono, MM

Dr. Ayun Maduwinarti, MP

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal :
04 Februari 2019

DEWAN PENGUJI :

1. Dr. Ayun Maduwinati, MP

Ketua

2. Dr. Endro Tjahjono, MM

Anggota

3. Dra. Ni Made Ida Pratiwi, MM

Anggota

Mengesahkan

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

Dekan,

Dr. Endro Tjahjono, MM

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Viqrul Nadia Nur Laily
NPM : 1121508135
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyatakan bahwa penelitian skripsi berjudul "PENGARUH DAYA TARIK IKLAN, ATRIBUT PRODUK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK MINUMAN RASA JERUK MEREK FLORIDINA", merupakan hasil karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil dari karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang telah disebutkan dalam kutipan dan dalam daftar pustaka layaknya sebuah karya ilmiah.

Apabila saya melakukan perbuatan yang bertentangan dengan hal di atas tersebut, baik yang disengaja maupun tidak, maka dengan ini saya menyatakan akan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil karya atau hasil tulisan saya sendiri. Apabila dikemudian hari ternyata skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam daftar pustaka, berarti ijazah dan gelar yang akan saya peroleh dari universitas batal saya terima.

Surabaya, 04 Februari 2019

Pembuat Pernyataan



Viqrul Nadia Nur Laily

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya:

Nama : VIQRUL NADIA NUR LAILY

Nomor Mahasiswa : 1121508135

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya memberikan kepada Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya karya ilmiah saya yang berjudul:

PENGARUH DAYA TARIK IKLAN, ATRIBUT PRODUK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK MINUMAN RASA JERUK MEREK FLORIDINA beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan demikian saya memberikan kepada Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya hak untuk menyimpan, mengalihkan dalam bentuk media lain, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data, mendistribusikan secara terbatas, dan mempublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya maupun royalti kepada saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 04 Februari 2019

Yang menyatakan



(Viqrul Nadia Nur Laily)

MOTTO

“KASIH SAYANG DAN TOLERANSI ADALAH KARTU IDENTITAS ORANG
ISLAM”

(KH AHMAD DAHLAN)

“JANGAN SELALU MENUNDA SUATU PEKERJAAN, LAKUKAN
SEKARANG SELAGI KAMU BISA”

(VIQRUL)

“JIKA ORANG LAIN KAMU ANGGAP BISA MELAKUKAN HAL YANG
TIDAK MUNGKIN BISA KAMU LAKUKAN, COBALAH DAN JANGAN
TAKUT GAGAL”

(VIQRUL)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan untuk:

1. Orang tuaku tercinta (Bapak R. Achmad Taufiq dan Ibu Wati), terimakasih untuk semua kasih sayang dan do'a serta rasa cinta yang tak pernah lelah selalu mendoakan, mendukung hal apapun yang saya lakukan selama ini, takkan pernah saya lupakan semua pengorbanan dan jerih payahmu yang engkau berikan untukku agar dapat mencapai cita-cita. InsyaAllah kelak saya dapat membahagiakan dirimu sampai akhir hayatmu.
2. Untuk Adekku tercinta (Wafi) dan Kakek Nenekku yang selalu mendo'akan saya.
3. Almamater yang saya banggakan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

ABSTRAK

Setiap perusahaan harus memiliki strategi sendiri dalam menjalankan bisnisnya seperti produsen minuman baik dari segi promosi, atribut produk, harga dan lain sebagainya. Penelitian ini mencoba untuk menjelaskan pengaruh daya tarik iklan, atribut produk, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian pada produk minuman rasa jeruk merek Floridina.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan penelitian survei menggunakan kuesioner sebagai instrumennya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah mengkonsumsi minuman rasa jeruk merek Floridina. Sampel penelitian ini adalah konsumen yang pernah mengkonsumsi/membeli minuman rasa jeruk merek Floridina dan mengetahui iklan Floridina di televisi, yang berjumlah 100 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa semua variabel independen yaitu daya tarik iklan, atribut produk, dan persepsi harga mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Variabel independen yang paling berpengaruh terhadap variabel dependen adalah variabel daya tarik iklan (0,330), diikuti oleh variabel persepsi harga (0,237), dan kemudian variabel atribut produk (0,170). Semua variabel memiliki nilai signifikansi $<0,05$, yang artinya bahwa semua variabel independen signifikan terhadap variabel dependen atau lolos uji t dan uji F. Dan koefisien determinasi (adjusted R^2) yang diperoleh sebesar 0,426. Hal ini berarti 42,6% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel daya tarik iklan, atribut produk, dan persepsi harga. Sedangkan sisanya yaitu 57,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: daya tarik iklan, atribut produk, persepsi harga dan keputusan pembelian

ABSTRACT

Every company must have its own strategy in running its business such as beverage producers both in terms of promotions, product attributes, prices and so forth. This study tries to explain the influence of advertise attractiveness, product attributes, and price perceptions on purchasing decisions on Floridina brand orange flavored beverage products.

This study uses a quantitative method with survey research using a questionnaire as an instrument. The population in this study were all consumers who had consumed Floridina brand orange flavored drinks. The sample of this study was consumers who had consumed / bought Floridina brand orange flavored drinks and found out about Floridina advertisements on television, totaling 100 people. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis.

The results of the study show that all independent variables, namely the advertise attractiveness, product attributes, and perceived prices have a positive influence on the dependent variable, namely the purchasing decision. The most influential independent variable on the dependent variable is the advertise attractiveness variable (0.330), followed by the price perception variable (0.237), and then the product attribute variable (0.170). All variables have a significance value of <0.05 , which means that all independent variables are significant for the dependent variable or pass the t test and F test. And the coefficient of determination (adjusted R^2) obtained is 0.426. This means that 42.6% of purchasing decisions are influenced by variable advertise attractiveness, product attributes, and perceived prices. While the remaining 57.4% is influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: *advertise attractiveness, product attributes, price perception and purchasing decisions*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena atas segala rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Daya Tarik Iklan, Atribut Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Minuman Rasa Jeruk Merek Floridina”.

Adapun tujuan penyusunan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan gelar Sarjana Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini terdapat kekurangan dan penulis dibantu oleh banyak pihak dalam menyelesaikan penelitian ini. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Kepada Allah SWT, yang telah memberikan kesehatan dan kekuatan sehingga penulisan skripsi ini dapat berjalan dengan lancar.
2. Bapak Dr. Endro Tjahjono, MM. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Ibu Dr. Ayun Maduwinarti, MP. Selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga, dan pemikiran untuk memberikan bimbingan serta pengarahan kepada Penulis selama proses penyusunan skripsi ini hingga terselesaikan dengan baik.
4. Bapak Drs. Agung Pujiyanto, MM selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Sekaligus Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan pada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
5. Untuk kedua Orang Tua Saya yang sangat berharga dalam kehidupan saya. Terima kasih atas kasih sayang, doa, bimbingan, waktu, tenaga serta materi yang telah kalian berikan hingga saya bisa mencapai jenjang pendidikan sarjana. Saya akan melakukan yang terbaik dan membuat kalian bangga.
6. Untuk Adik, Kakek, Nenek, dan Saudara Saya yang selalu memberikan dukungan, nasihat, dan bimbingan selama saya menyelesaikan masa studi.
7. Untuk sahabat-sahabat saya yang ada di Tuban, Kholillah, Lina, Irma, Fathul, Luluk, dan Nikmah anggota group Sembarang yang selalu memberi semangat dan kesetiiaannya selama ini menemani saya dalam suka maupun duka.
8. Seluruh teman-teman Administrasi Bisnis 2015 terutama untuk Syifaul Qolbiyatul Ula terima kasih atas seluruh bantuannya dan teman-teman yang ada di Universitas 17 Agustus 1945 pada saat ini bersama-sama berjuang menyelesaikan tugas akhir dan selalu memberikan kenangan yang tak

terlupakan selama penulis menempuh pendidikan di perguruan tinggi. Dan seluruh teman-teman diluar institusi yang sudah memberikan bantuan demi terselesainya skripsi ini.

9. Para responden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah dengan tulus ikhlas memberikan doa dan dukungan hingga dapat terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan pada pembuatan skripsi ini. Oleh karena itu, Penulis mengharapkan adanya kontribusi positif berupa saran kritik yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat serta wawasan bagi pembaca dan pihak lain yang berkepentingan.

Surabaya, 04 Februari 2019

Penulis,

Viqrul Nadia Nur Laily

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Tanda Persetujuan Skripsi.....	ii
Tanda Pengesahan Skripsi.....	iii
Surat Pernyataan Keaslian.....	iv
Lembar Pernyataan Persetujuan Publikasi.....	v
Motto.....	vi
Persembahan.....	vii
Abstrak.....	viii
Abstract.....	ix
Kata Pengantar.....	x
Daftar Isi.....	xii
Daftar Tabel.....	xiv
Daftar Gambar.....	xv
Daftar Lampiran.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Sistematika Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 Landasan Teori.....	9

2.3 Kerangka Pemikiran.....	22
2.4 Hipotesis Penelitian.....	24
2.5 Definisi Konsep Dan Operasional.....	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Rancangan Penelitian.....	27
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	27
3.3 Populasi dan Sampel.....	27
3.4 Pengukuran Dan Instrumen Penelitian.....	29
3.5 Pengumpulan Data.....	32
3.6 Analisis Data.....	33
BAB IV PENYAJIAN, ANALISA, DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1 Penyajian Data.....	37
4.2 Analisis Data.....	57
4.3 Pembahasan.....	69
BAB V PENUTUP.....	72
5.1 Kesimpulan.....	72
5.2 Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA.....	75
LAMPIRAN.....	80

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 : Penelitian Terdahulu.....	6
Tabel 2.2 : Definisi Konsep.....	25
Tabel 2.3 : Definisi Operasional.....	26
Tabel 3.1 : Pengukuran Skala Likert.....	29
Tabel 3.2 : Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	30
Tabel 4.1 : Sejarah Perjalanan PT. Wings.....	37
Tabel 4.2 : Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
Tabel 4.3 : Responden Berdasarkan Umur.....	42
Tabel 4.4 : Responden Berdasarkan Fakultas.....	42
Tabel 4.5 : Responden Berdasarkan Semester	43
Tabel 4.6 : Interval Rata-rata Skor.....	44
Tabel 4.7 : Tanggapan Responden Tentang Daya Tarik Iklan.....	45
Tabel 4.8 : Tanggapan Responden Tentang Atribut Produk.....	47
Tabel 4.9 : Tanggapan Responden Tentang Persepsi Harga.....	51
Tabel 4.10 : Tanggapan Responden Tentang Keputusan Pembelian.....	54
Tabel 4.11 : Hasil Uji Validitas Daya Tarik Iklan.....	57
Tabel 4.12 : Hasil Uji Validitas Atribut Produk.....	58
Tabel 4.13 : Hasil Uji Validitas Persepsi Harga.....	58
Tabel 4.14 : Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	58
Tabel 4.15 : Hasil Uji Reliabilitas.....	59
Tabel 4.16 : Hasil Uji Multikolinieritas.....	61
Tabel 4.17 : Hasil Uji Autokorelasi.....	63
Tabel 4.18 : Hasil Uji Analisis Linier Berganda.....	64
Tabel 4.19 : Hasil Uji Korelasi (r).....	66
Tabel 4.20 : Pedoman untuk Interpretasi Koefisien Korelasi.....	66
Tabel 4.21 : Hasil Uji Parsial (Uji t).....	67
Tabel 4.22 : Hasil Uji Simultan (Uji F).....	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Model Proses Pembelian Lima Tahap.....	20
Gambar 2.2 : Kerangka Pemikiran.....	24
Gambar 4.1 : Struktur Perusahaan PT. Wings.....	39
Gambar 4.2 : Hasil Uji Normalitas Model Histogram.....	60
Gambar 4.3 : Hasil Uji Normalitas Data.....	60
Gambar 4.4 : Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner.....	81
Lampiran 2 : Tabulasi.....	86
Lampiran 3 : Uji Validitas dan Reliabilitas.....	107
Lampiran 4 : Uji Asumsi Klasik.....	112
Lampiran 5 : Uji Analisis Linier Berganda.....	116
Lampiran 6 : Kartu Bimbingan Penulisan Skripsi.....	120
Lampiran 7 : Kartu Perintah Revisi Skripsi.....	123
Lampiran 8 : Gambar Iklan dan Produk Minuman Floridina.....	127
Lampiran 9 : Hasil Turnitin (Uji Plagiasi).....	129