

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK, PERSEPSI HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK TELEVISI DI OUTLET
PT. UFO ELEKTRONIKA KERTAJAYA SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dan Bisnis
Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh :

MUHAMMAD PANDHU DEWANATA
NPM 1312010218/FEB/EM

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR**

2021

SKRIPSI

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK, PERSEPSI HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK TELEVISI DI OUTLET
PT. UFO ELEKTRONIKA KERTAJAYA SURABAYA**

Disusun Oleh :

MUHAMMAD PANDHU DEWANATA
NPM 1312010218/FEB/EM

**Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Pada Tanggal 15 Januari 2021**

Pembimbing Utama



Risky Dermawan, SE., MM.
NIP. 1972 1004 2001 121000

**Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**



Sulastri Irbayuni, SE., MM.
NIP. 19620616 198903 2001

Mengetahui

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**



Prof. Dr. Swamsul Huda, S.E., M.T.
NIP. 19590828 199003 1001

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT. yang telah memberikan nikmat serta ridho-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Usulan (Proposal) Penelitian, yang berjudul **“Pengaruh Atribut Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Televisi Di Out let PT. Ufo Elektronika Kertajaya Surabaya”**. Penyusunan usulan penelitian ini diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana ekonomi Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa keberhasilan dan kesuksesan tidak terlepas dari rahmat, karunia, dan pertolongan Allah SWT. serta tak luput juga bimbingan dan arahan dari berbagai pihak. Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada Bapak Rizky Dermawan, SE.,MM. selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan pengarahan, masukan, motivasi, dan meluangkan waktu serta tenaganya dengan penuh keikhlasan dan kesabaran dalam membimbing penulis. Selanjutnya, penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada :
Tidak lupa penulis juga mengucapkan banyak terimakasih atas bantuan dari pihak yang telah membantu dalam menyusun laporan ini, diantaranya kepada :

1. Ibu Sulastri Irbayuni, SE., MM. selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Manajemen.
2. Bapak Prof. Dr. Syamsul Huda, SE., MM. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Kedua orang tua yang telah memberikan do’a dan dukungan baik moral maupun material dan fasilitas kepada penulis.

Penulis menyadari bila dalam penyusunan proposal penelitian ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun serta sumbangan pemikiran yang konstruktif dari semua pihak sangat penulis harapkan, guna kesempurnaannya.

Akhirnya, penulis berharap dengan selesainya penulisan usulan penelitian ini akan mendapatkan tanggapan positif bagi pembaca dan dapat membantu berbagai pihak, terlebih yang membutuhkan informasi terkait dengan isi tulisan usulan penelitian ini.

Surabaya, Januari 2021

Penulis

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK TELEVISI DI OUTLET
PT. UFO ELEKTRONIKA KERTAJAYA SURABAYA**

Muhammad Pandhu Dewanata

ABSTRAK

Perkembangan teknologi elektronik pertelevisian akibat dari globalisasi menjadikan perubahan serta kemajuan secara pesat sehingga para konsumen dihadapkan pada variasi model pilihan yang cukup banyak. Dalam melakukan pilihan produk televisi diperlukan beberapa pertimbangan yang seksama untuk menuju suatu keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh atribut dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk televisi. Lokasi penelitian adalah *outlet* PT Ufo Elektronika Kertajaya Surabaya dengan sampel sebanyak 54 responden konsumen yang melakukan pembelian produk televisi di *outlet* PT. Ufo Elektronika Kertajaya Surabaya. Penelitian menggunakan metode analisis SEM-PLS dengan *software* WarpPLS. Hasil daripada penelitian ini, variabel atribut produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk televisi di *outlet* PT. Ufo Elektronika Kertajaya Surabaya dan variabel persepsi harga televisi juga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian televisi di *outlet* PT. Ufo Elektronika Kertajaya Surabaya.

Keywords : Atribut Produk, Persepsi Harga, Keputusan Pembelian

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat dan Kegunaan Penelitian.....	8
1.4.1 Bagi Universitas.....	8
1.4.2 Bagi Peneliti Selanjutnya	9
1.4.3 Bagi Perusahaan.....	9
II. TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Landasan Teori	14
2.2.1 Pengertian Atribut Produk	14
2.2.2 Indikator Atribut Produk	16
2.2.3 Pengertian Dan Indikator Persepsi Harga	17
2.2.4 Pengertian Keputusan Pembelian	22

2.2.5 Tahapan Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	23
2.2.6 Indikator Keputusan Pembelian	26
2.2.7 Hubungan Antar Variabel	26
2.2.7.1 Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	26
2.2.7.2 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	29
2.3 Kerangka Konseptual.....	31
2.4 Hipotesis	31
III. METODE PENELITIAN	32
3.1 Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel.....	32
3.1.1 Definisi Operasional	32
3.1.2 Pengukuran Variabel.....	33
3.2 Teknik Penentuan Populasi Dan Sampel.....	34
3.2.1 Penentuan Populasi	34
3.2.2 Penentuan Sampel.....	34
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.3.1 Jenis Data	35
3.3.2 Sumber Data	35
3.3.3 Teknik Atau Metode Pengumpulan Data.....	36
3.4 Metode Analisis Data	37
3.4.1 Asumsi PLS	37
3.4.2 Sample Size	37
3.5 Structural Equation Modeling (SEM-PLS)	38
3.5.1 Tahapan Analisis SEM-PLS.....	40

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Deskripsi Obyek Penelitian	46
4.1.1 Sejarah Singkat PT. Ufo Elektronika Kertajaya Surabaya	46
4.1.2 Visi dan Misi PT Ufo Elektronika Kertajaya Surabaya.....	47
4.1.3 Produk Yang Ditawarkan PT. Ufo Elektronika Kertajaya Surabaya	47
4.2 Karakteristik Responden dan Deskripsi Hasil Penelitian	48
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	49
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	50
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	51
4.2.5 Deskripsi Hasil Variabel Atribut Produk (X1)	52
4.2.6 Deskripsi Hasil Variabel Persepsi Harga (X2)	53
4.2.7 Deskripsi Hasil Variabel Keputusan Pembelian (Y)	55
4.3 Analisis Data Penelitian	56
4.3.1 Evaluasi Hasil Uji Statistik Deskriptif	56
4.4 Interpretasi Hasil PLS	58
4.4.1 Pengujian Model Pengukuran (Outer Model)	58
4.4.2 Evaluasi Pengujian Struktural Model	62
4.4.3 Inner Model (Pengujian Model Strutural).....	63
4.5 Hasil Penelitian dan Pembahasan	64
V. KESIMPULAN DAN SARAN	66
5.1 Kesimpulan	66

5.2 Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN	70

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Rincian Penjualan Produk Televisi Di Out Let Ufo Elektronika Kertajaya Surabaya Dalam Bulan Nopember 2019	5
3.1	Rule of Thumb Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	44
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	49
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	50
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	51
4.5	Frekuensi Hasil Jawaban Responden Atribut Produk (X1)	52
4.6	Frekuensi Hasil Jawaban Responden Persepsi Harga (X2).....	54
4.7	Frekuensi Hasil Jawaban Responden Keputusan Pembelian (Y)	55
4.8	Evaluasi Hasil Uji Statistik Deskriptif Tiap Variabel Atribut Produk, Persepsi Harga Dan Keputusan Pembelian	57
4.9	Output Nilai Loading Konstruk Laten	59
4.10	Average Variance Extracted	60
4.11	Composite Reliability	60
4.12	Laten Variabel Correlations.....	61
4.13	Koefisien Determinasi (R-Square)	63
4.14	Path Coefficiens Atribut Produk dan Persepsi Harga Dengan Keputusan Pembelian	63
4.15	Direct Effect Antara Variabel X1 dan X2 Terhadap Y	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Proses Keputusan Pembelian	23
2.2	Kerangka Konseptual	31
3.1	Hasil Nilai Pengukuran Setiap Variabel.....	34
3.2	Tahapan Analisis SEM-PLS (Ghozali dan Latan, 2015)	40
3.3	Model Kerangka Penelitian	43
4.1	Diagram Jalur Hasil Output WarpPLS 6.0.....	61
4.2	Lokasi Depan Out let PT. Ufo Elektronika Kertajaya Surabaya	89
4.3	Suasana Showroom Televisi Di Out let PT. Ufo Elektronika Kertajaya Surabaya	89
4.4	Peneliti dengan Karyawan Showroom Televisi Di Out let PT. Ufo Elektronika Kertajaya Surabaya	90
4.5	Peneliti, Karyawan dan Pengunjung Showroom Televisi Di Out let PT. Ufo Elektronika Kertajaya Surabaya	90
4.6	Suasana Dekorasi Showroom Televisi Di Out let PT. Ufo Elektronika Kertajaya Surabaya	91

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Cover Lampiran 1	70
1	Lampiran Kuesioner Penelitian	71
2	Cover Lampiran 2	73
2	Lampiran Data Jawaban Responden	74
3	Cover Lampiran Olah Data Penelitian	76
3.1	Input Data	77
3.2	Tabulasi Hasil Warp-PLS	79
3.3	Output Karakteristik Responden	80
3.4	Output Uji Statistik Deskriptive	85
3.5	Output Warp-PLS	85
4	Cover Lampiran Dokumentasi Penelitian	88