

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK *SOUVENIR* DI SAUNG ANGKLUNG UDJO**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat untuk memperoleh gelar Sarjana  
Pariwisata

Program Studi Manajemen Resort dan Leisure



Oleh

Yulia Rofiati Padminiayu

1501201

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN RESORT DAN LEISURE**

**FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL**

**UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

**2020**

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK *SOUVENIR* DI SAUNG ANGKLUNG UDJO**

Oleh  
Yulia Rofiati Padminiayu

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar  
Sarjana pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Yulia Rofiati Padminiayu 2020  
Universitas Pendidikan Indonesia  
Juli 2020

Hak Cipta dilindungi undang-undang.

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,  
dengan dicetak ulang, difoto kopi, atau cara lainnya tanpa ijin dari penulis.

## LEMBAR PENGESAHAN

Yulia Rofiati Padminiayu  
1501201

### **PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SOUVENIR* DI SAUNG ANGKLUNG UDJO**

Disetujui dan disahkan oleh pembimbing:

Pembimbing I



**Prof. Dr. H. Darsiharjo, MS.**  
**NIP. 196209211986031005**

Pembimbing II



**Reiza Miftah Wirakusuma, S.ST.Par., M.Sc.**  
**NIP. 198712242014041001**

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Manajemen Resort & Leisure



**Dr. AH. Galihkusumah, S.ST., MM.**  
**NIP. 198105222020121006**

ii

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul **“Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Souvenir* di Saung Angklung Udjo”** ini sepenuhnya karya saya sendiri. Tidak ada bagian di dalamnya yang merupakan plagiat dari karya orang lain dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, Juli 2020

Yang membuat pernyataan,

Yulia Rofiati Padminiayu

NIM. 1501201

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas berkat rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Souvenir* di Saung Angklung Udjo”

Penelitian skripsi ini tidak lepas dari hambatan dan kesulitan, namun berkat bimbingan, nasihat dan kerjasama dari beberapa pihak khususnya orang tua, pembimbing dan teman-teman maka semua hambatan tersebut teratasi dengan baik dan skripsi ini dapat selesai tepat waktu. Untuk itu, peneliti mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu penyusunan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik. Peneliti juga mengucapkan terimakasih disertai rasa hormat yang mendalam kepada Bapak Prof. Dr. H. Darsiharjo, MS. selaku Dosen pembimbing I dan Bapak Reiza Miftah Wirakusuma, S.ST.Par., M.Sc. selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan selama peneliti menyusun skripsi ini hingga selesai.

Akhir kata peneliti mengucapkan terimakasih dan berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan dapat memberikan kontribusi dalam peningkatan kepuasan dan loyalitas khususnya dalam industri rekreasi.

Bandung, Agustus 2020

Peneliti

## UCAPAN TERIMAKASIH

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT atas berkah, ridho rahmat dan curahan nikmat iman dan islam yang tiada terbatas, sehingga peneliti mendapatkan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini.

Pada kesempatan ini, peneliti ingin mengucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam penelitian skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Ucapan terimakasih peneliti sampaikan kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan begitu banyak karunianya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Kedua orang tua peneliti yang sangat peneliti cintai, Bapak Sonny Ruliady, dan Ibu Ami Rahmiatin Sundari, yang selalu memberikan doa dan kasih sayang yang tiada henti, dukungan baik secara moral maupun materi, dorongan dan semangat kepada peneliti.
3. Bapak Dr. A. H. Galihkusumah, S.ST., MM., selaku Ketua Program Studi Manajemen Resort dan Leisure Universitas Pendidikan Indonesia.
4. Prof. Dr. H. Darsiharjo, MS., selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktunya dan sabar dalam memberikan bimbingan dan dukungan kepada peneliti selama menyusun skripsi ini.
5. Bapak Reiza Miftah Wirakusuma, S.ST.Par., M.Sc., selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya dan sabar dalam memberikan bimbingan dan dukungan kepada peneliti selama menyusun skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen Resort dan Leisure yang telah membekali ilmu-ilmu baru yang bermanfaat selama masa perkuliahan peneliti.
7. Lingga Leguina Cahya Lintang Soegarto, S.Par dan Amelia Rosa Primandani S.Par selaku sahabat peneliti sejak awal perkuliahan yang selalu menemani peneliti dan selalu ada dalam suka maupun duka serta

selalu memberi semangat. Juga Fika Ifanisari S.Par, Seila Nibras Swara S.Par, Dinda Desca Pradina, Rey Andre Maylana yang selalu ada untuk peneliti disetiap waktu.

8. Bagus Maulana, S.Par., M.M. selaku senior MRL yang selalu memberikan masukan kepada peneliti dan selalu memberikan semangat.
9. Teman-teman sepermainan (Vica, Asri, Amelia, Novi, Shinta, Ridha, Githa, Septi, Dylan)
10. Teman-teman JJC (Ludfiya Handayani, S.H. , Mauli Fajrin, S.H. , Sonya Farahdiba, S. Ak. Dan Rahayu Octavyani)
11. Seluruh keluarga besar Arcana Indonesia (Pak Ijul, Kang Rully, Kak Fickri, Kak Simsong, Mas Agus, The Suchi, Desi, Dina, Sabiq dan Lingga) yang selalu mengingatkan untuk mengerjakan skripsi. Terimakasih banyak pula pengalamannya.
12. Ibu Atika selaku Menejer Pemasaran di Saung Angklung Udjo yang senantiasa membantu peneliti membeikan informasi seputar Saung Angklung Udjo
13. Ibu Oca selaku pengelola *event* di Saung Angklung Udjo.
14. Seluruh teman seperjuangan MRL 2015, terimakasih untuk tahun-tahun yang sangat berkesan bagi peneliti selama perkuliahan. Sukses untuk kalian semua.

Serta seluruh pihak yang tidak dapat peneliti tulis secara rinci satu-persatu, yang juga telah membentuk peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat ganda. Amin.

# **PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SOUVENIR* DI SAUNG ANGKLUNG UDJO**

Oleh :

Yulia Rofiati Padminiayu

1501201

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh atribut produk pada keputusan pembelian produk *souvenir* di Saung Angklung Udjo. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan teknik sampel *non probability sampling*. Dalam penelitian ini pengumpulan data diperoleh melalui observasi dan penyebaran kuesioner secara langsung kepada 100 responden yang melakukan transaksi pembelian *souvenir* di Saung Angklung Udjo. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear sederhana. Berdasarkan hasil penelitian, pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian *souvenir* di Saung Angklung Udjo termasuk kedalam kategori sangat tinggi. Namun pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian *souvenir* di Saung Angklung Udjo sebesar 23,52% yang berarti lemah. Atribut produk yang lengkap dengan informasi yang dibutuhkan pengunjung sangat penting dalam membuat dan meningkatkan keputusan pembelian *souvenir*. Oleh karena itu, penting bagi pengelola untuk meningkatkan kualitas atribut produk *souvenir* dan layanan mereka guna meningkatkan keputusan pembelian *souvenir* di Saung Angklung Udjo.

**Kata Kunci : Atribut Produk, Keputusan Pembelian, Pembelian *Souvenir*, Saung Angklung Udjo**



**THE PRODUCT ATRIBUTES ON SOUVENIR PRODUCT PURCHASE  
DECISIONS IN SAUNG ANGLUNG UDJO**

By :

*Yulia Rofiati Padminiayu*

*1501201*

**ABSTRACT**

*This study attempted to measure the product attributes on souvenir product purchase decisions in saung anglung udjo. This study applied quantitative approach using non probability sampling technique. In this study, to collecting the data researcher using observation and distributed questionnaire to 100 respondents who had decided to purchase souvenir in Saung Angklung Udjo. Data analysis used in this study is the simple linear regressions. Based on the result of this study, the effect of product attributes on souvenir purchasing decisions at Saung Angklung Udjo is included in the very high category. However, the influence of product attributes is the decision to purchase souvenirs at Saung Angklung Udjo by 23.52% which means weak. Product attributes complete with information needed by visitors are very important in making and improving souvenir purchasing decisions. Accordingly, it is important for managers to improve the quality of the attributes of their souvenir products and services in order to improve souvenir purchasing decisions at Saung Angklung Udjo.*

**Keywords : Product Atributes, Purchase Decisions, Souvenir Purchase, Saung Angklung Udjo**

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
UCAPAN TERIMAKASIH .....	ii
ABSTRAK .....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	viii
DAFTAR TABEL .....	ix
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	3
C. Tujuan Penelitian .....	3
D. Manfaat Penelitian .....	4
E. Sistematika Penulisan .....	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	6
A. Pengertian Pemasaran .....	6
B. Bauran Pemasaran .....	7
C. Produk .....	9
D. Atribut Produk .....	10
E. Perilaku Konsumen .....	12
F. <i>Souvenir</i> .....	16
G. Keputusan Pembelian .....	18
H. Penelitian Terdahulu .....	24
I. Kerangka Pemikiran .....	26
J. Hipotesis .....	27
BAB III METODE PENELITIAN .....	28
A. Lokasi Penelitian .....	28
B. Metode Penelitian .....	29
C. Jenis dan Sumber Data .....	29
D. Populasi dan Sampel .....	30
E. Operasional Variabel .....	31
F. Alat Pengumpulan Data .....	38

G.	Teknik Pengumpulan Data .....	38
H.	Teknik Analisis Data.....	39
I.	Uji Asumsi Klasik .....	41
J.	Uji Regresi Linear Sederhana .....	44
K.	Uji Koefisien Determinasi .....	45
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN .....		46
A.	Gambaran Umum.....	46
B.	Karakteristik Pembeli <i>Souvenir</i> Saung Angklung Udjo.....	48
C.	Tanggapan Responden Mengenai Atribut Produk <i>Souvenir</i> di Saung Angklung Udjo.....	51
D.	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Mengenai Atribut Produk <i>Souvenir</i> di Saung Angklung Udjo .....	57
E.	Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian Produk <i>Souvenir</i> di Saung Angklung Udjo .....	58
F.	Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian Produk <i>Souvenir</i> .....	64
G.	Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Souvenir</i> di Saung Angklung Udjo .....	65
H.	Pembahasan .....	69
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....		73
A.	Kesimpulan.....	73
B.	Rekomendasi.....	74
DAFTAR PUSTAKA .....		76
LAMPIRAN .....		79

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1	Model Perilaku Konsumen .....	14
Gambar 2. 2	Lima Tahap Keputusan Pembelian Konsumen.....	24
Gambar 2. 3	Kerangka Pemikiran.....	27
Gambar 3. 1	Letak Saung Angklung Udjo .....	29
Gambar 4. 1	Layout di Saung Angklung Udjo .....	48
Gambar 4. 2	Perpindahan Zona di Saung Angklung Udjo .....	48
Gambar 4. 3	Garis Kontinum Atribut Produk <i>Time</i> di Saung Angklung Udjo.....	53
Gambar 4. 4	Garis Kontinum Atribut Produk <i>Layout</i> di Saung Angklung Udjo.....	55
Gambar 4. 5	Garis Kontinum Atribut Produk <i>Transition Zone</i> di Saung Angklung Udjo.....	56
Gambar 4. 6	Garis Kontinum Atribut Produk <i>Basket Placement</i> di Saung Angklung Udjo.....	57
Gambar 4. 7	Garis Kontinum Hasil Rekapitulasi Mengenai Atribut Produk <i>Souvenir</i> di Saung Angklung Udjo .....	59
Gambar 4. 8	Garis Kontinum Keputusan Pembelian Pemilihan Produk di Saung Angklung Udjo.....	60
Gambar 4. 9	Garis Kontinum Keputusan Pembelian Pemilihan Merek di Saung Angklung Udjo.....	61
Gambar 4. 10	Garis Kontinum Keputusan Pembelian Pilihan Penyalur Produk di Saung Angklung Udjo .....	62
Gambar 4. 11	Garis Kontinum Keputusan Pembelian Jumlah Pembelian di Saung Angklung Udjo.....	63
Gambar 4. 12	Garis Kontinum Keputusan Pembelian Pemilihan Produk di Saung Angklung Udjo.....	65
Gambar 4. 13	Garis Kontinum Rekapitulasi Keputusan Pembelian Produk <i>Souvenir</i> .....	66

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Data Kunjungan Wisatawan & Transaksi di Saung Angklung Udjo . 2	
Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel 3. 1	Operasional Variabel (X).....	32
Tabel 3. 2	Operasional Variabel (Y).....	33
Tabel 3. 3	Koefisien Korelasi Nilai .....	34
Tabel 3. 4	Hasil Uji Validitas Variabel Pengaruh Atribut Produk (X).....	35
Tabel 3. 5	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y) .....	36
Tabel 3. 6	Tabel Koefisien Korelasi nilai r .....	38
Tabel 3. 7	Hasil Uji Realibilitas dalam Instrumen Penelitian .....	38
Tabel 3. 8	Tolak Ukur Skala Likert .....	40
Tabel 3. 9	Garis Kontinum Variabel X dan Y.....	42
Tabel 3. 10	Uji Normalitas .....	43
Tabel 3. 11	Hasil Uji Linearitas .....	44
Tabel 3. 12	Hasil Uji Heterokedastisitas.....	44
Tabel 3. 13	Uji Regresi Linear Sederhana .....	45
Tabel 3. 14	Pedoman Koefisien Determinasi.....	46
Tabel 4. 1	Usia Responden.....	49
Tabel 4. 2	Pekerjaan Responden.....	50
Tabel 4. 3	Pengeluaran / <i>Earning</i> responden .....	50
Tabel 4. 4	Informasi yang Didapat Responden .....	51
Tabel 4. 5	Intensitas Berkunjung Responden dalam 1 Tahun Terakhir.....	51
Tabel 4. 6	Tanggapan Responden Terhadap <i>Time</i> .....	52
Tabel 4. 7	Tanggapan Responden Terhadap <i>Layout</i> .....	53
Tabel 4. 8	Tanggapan Responden Terhadap <i>Transition Zone</i> .....	55
Tabel 4. 9	Tanggapan Responden Terhadap <i>Basket Placement</i> .....	56
Tabel 4. 10	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Terhadap Atribut Produk <i>Souvenir</i> di Saung Angklung Udjo.....	58
Tabel 4. 11	Tanggapan Responden Terhadap Pemilihan Produk.....	60
Tabel 4. 12	Tanggapan Responden Terhadap Pemilihan Merek.....	61
Tabel 4. 13	Tanggapan Responden Terhadap Pilihan Penyalur.....	62
Tabel 4. 14	Tanggapan Responden Terhadap Jumlah Pembelian .....	63
Tabel 4. 15	Tanggapan Responden Terhadap Metode Pembayaran .....	64
Tabel 4. 16	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Souvenir</i> .....	65
Tabel 4. 17	Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana .....	67
Tabel 4. 18	Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	68
Tabel 4. 19	Hasil Uji t.....	69
Tabel 4. 20	Hasil Uji Hipotesis .....	70

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Rasyid, H. (1994). *Teknik Penarikan Sampel dan Penyusunan Skala*. Bandung: Universitas Padjajaran.
- Arikunto, S. (2011). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Edisi Revisi VII*. Yogyakarta: Bina Aksara.
- Ashari, B. P. (2005). *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel & SPSS*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Baitaineh, A. (2015). The Impact of Perceived e-WOM on Purchase Intention: The Mediating Role of Corporate Image. *International Journal of Marketing Studies*.
- Berman, & Evans. (2010). *Retail Management*. Jakarta: Pearson.
- Bob, S. (2012). *Menejemen Pemasaran Jilid 1 dan 2 Ed. 13*. Jakarta: PT. Erlangga.
- Dharmmesta, B. S., & Handoko, T. H. (2012). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen Edisi Pertama. BPFE*. Yogyakarta.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi analisis multivariate dengan program spss. edisi 7*. Semarang: Badan penerbit univeristas diponegoro.
- Gunara, T. (2008). *Marketing Mix*. Bandung : Madani Prima.
- Gupta, R. &. (2014). A Machine Learning Framework for Predicting Purchase by Online Customers Based on Dynamic Pricing. *Procedia Computer Science* 36, 599-605.
- Hartono, J. (2008). *Metodelogi Penelitian Sistem Informasi*. Yogyakarta : CV. Andi Offset.
- Hitchcock, & Teague. (2000). *Souvenir : The Material Culture of Toursim*. Ashgate.
- Hoven, E., & Eggen, B. (2005, februari). *Personal Souvenir as Ambient Intelegent Objects*. Retrieved from <http://portal.acm.org/citation.cfm?id>.
- Hurlock, B. (1984). *Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Jakarta: Erlangga.
- Kaplan, R. M. (1993). *Kriteria Koefisien Korelasi nilai r*. Yogyakarta: City Jaya.
- Keller, K. &. (2008). *Marketing Mix*. Jakarta: Erlangga.

- Keller, K. &. (2009). Evaluasi Hubungan Strategi Marketing Mix dan Kepuasan Pelanggan . 11-12.
- kotler, p. (2008). *Nabajeneb Penasaran edisi 12 jilid 2*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Menejemen Pemasaran* . Jakarta: Erlangga.
- Kotller&Keller. (2005). *Pengantar Bisnis* . Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ku, E. C. (2009). ‘The Decision Making In Selecting Online Travel Agencies: An Application of Analytic Hierarchy Process’. *Journal of Travel & Tourism Marketing* , 482–493.
- Kusmayadi, A. (2000). *Pembahasan Skala Likert*. Jakarta: Yudhistira.
- Levy, & Wietz. (2012). *Retailing Management Edisi ke lima* . Academia Internet Publisher.
- Mill, R. (2008). *Resort Management And Operation*.
- Molan, A. (2012). *Karakteristik Keputusan Pembelian*. Jakaarta: Yudhistira.
- Newman, A., & Cullen, P. (2002). *Retailing: Environment and Operations*. United Kingdom: Thomson Learning.
- Nurdin. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT RAJA GRAFINDO PERSADA.
- Pendit, N. S. (1994). *Ilmu Pariwisata: Sebuah Pengantar* . Jakarta: Pradnya Paramita.
- Rise, L. (2008). *The Fall of Advertising and The Rise of PR*. Jakarta: Madani Prima.
- Sarwono. (2006). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif*. Yogyakarta: Graha ilmu.
- Sudaryono, A. (2014). *Sistematika Pengukuran Skala Likert*. Bandung : Erlangga.
- Sugiharto. (2006). *Instrumen Reabilitas* . Jakarta: Bukune.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metodelogi Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualititatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Netode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulaiman, W. (2004). *Analisis-Analisis Regresi Menggunakan spss*. Yogyakarta: Andi.

- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2010). *strategi pemasaran edisi 3*. Yogyakarta: andi.
- Triton, P. (2005). *Riset Statistik Parametrik: SPSS 13.00 for Windows*. Yogyakarta: Andi.
- Walizer, A. (1987). *Pengujian Reabilitas*. Jakarta: Erlangga.
- Yusanto, M. I. (2008). *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Gema Insani.