

**Analisis Pengaruh Atribut Produk Frisian Flag *Low Fat High Calsium* Terhadap Keputusan Pembelian
di Kota Palembang**



Skripsi Oleh :

Simon M. F. Sitorus

01121001061

Manajemen

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Gelar Sarjana Ekonomi

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

FAKULTAS EKONOMI

2016

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH ATRIBUT PRODUK FRISIAN FLAG LOW FAT
HIGH CALSIUM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
di KOTA PALEMBANG**

Disusun Oleh :

Nama : Simon Michael Fernando Sitorus

Nim : 01121001061

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Bidang Kajian/konsentrasi : Pemasaran

Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 16 Maret 2016 dan telah memenuhi syarat untuk diterima

Panitia Ujian Komprehensif

Indralaya, 16 Maret 2016

Ketua

Anggota

Anggota

Dra. Hj. Suhartini Karim, M.M

Welly Nailis, S.E., M.M

Drs. H. Ahmad Nazaruddin, M.M

Nip. NIP. 195210201981032002

Nip. 197407102008011011

Nip. 195706131985031002

Mengetahui

Ketua Jurusan

Dr. Zakaria Wahab, M.B.A

Nip. 195707141984031005

LEMBAR PERSETUJUAN KOMPREHENSIF

**ANALISIS PENGARUH ATRIBUT PRODUK FRISIAN FLAG LOW FÀT HIGH
CALSIUM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KOTA PALEMBANG**

Disusun Oleh :

Nama : Simon Michael Fernando Sitorus

Nim : 01121001061

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

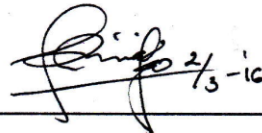
Disetujui untuk digunakan dalam ujian komprehensif

TANGGAL PERSETUJUAN

DOSEN PEMBIMBING

TANGGAL : 29 FEBRUARI 2016

Ketua :



Dra. Hj. Suhartini Karim, M.M
NIP.195210201981032002

TANGGAL : 29 FEBRUARI 2016

Anggota :



Welly Nailis, S.E, M.M
NIP.197407102008011011

SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Simon Michael Fernando Sitorus
Nim : 01121001061
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian : Manajemen Pemasaran

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul : “Analisis Pengaruh Atribut Produk Frisian Flag Low Fat High Calsium Terhadap Keputusan Pembelian di Kota Palembang”.

Pembimbing :

Ketua : Drs. Hj . Suhartini Karim, M.M

Anggota : Welly Nailis, M.M

Tanggal ujian : 16 Maret 2016

Adalah benar hasil karya saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak ada kutipan hasil karya orang lain yang tidak disebutkan sumbernya.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan apabila pernyataan saya ini tidak benar dikemudian hari, saya bersedia dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaan

Indralaya, 16 Maret 2016

Simon M. F. Sitorus
01121001061

RIWAYAT HIDUP

Nama Mahasiswa	: Simon Michael Fernando Sitorus
Jenis Kelamin	: Laki-Laki
Tempat/Tanggal Lahir	: Sidikalang/14 Agustus 1994
Agama	: Kristen Protestan
Status	: Belum Menikah
Alamat Rumah	: Jl. S M Raja, Gg. Martua No.6, Kec. Sidikalang, Kab. Dairi
Alamat Email	: simon.const@outlook.com
Pendidikan Formal	
Sekolah Dasar	: SD St Yosef Sidikalang
SMP	: SMP St Paulus Sidikalang
SMA	: SMA Negeri 2 Sidikalang
S-1	: Universitas Sriwijaya
Pendidikan Non Formal	: -
Pengalaman Organisasi	: - Wakil Ketua Organisasi Siswa Intra Sekolah (OSIS) SMA Negeri 2 Sidikalang (2010-2011) - Staff SDM Bem KM Unsri 2013 - Staff Khusus Politik Kajian Strategi 2014 - Staff Ahli Pemuda dan Olahraga 2015 - Staff IKAMMA (2013-2015) - Kepala Bidang Akselerasi Bisnis HIPMI PT Unsri 2016
Pengalaman Kepanitiaan	: - Kodinator Perlengkapan Natal Oikumene Unsri 2012 - Panitia Penerimaan Mahasiswa Baru Unsri 2013 - Staff/crew Pekan olahraga Mahasiswa 2014 - Staff/crew Pekan olahraga Mahasiswa 2015 - Ketua Panitia Konser American Jazz Unsri 2015

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“ Tetapi carilah dahulu kerajaan Allah dan KebenaranNya, maka semuanya itu akan ditambahkan kepadamu”.

- Matius 6 : 33 -

Tidak ada yang bisa mencegah seorang pria dengan mental yang kuat untuk mencapai tujuannya

- Thomas Jafferson-

Doa memberikan kekuatan pada orang yang lemah, membuat orang tidak percaya menjadi percaya dan memberikan keberanian pada orang yang ketakutan

-Aristoteles-

Sebuah Persembahan Untuk :

- **Kedua Orangtuaku**
- **Kakakku tersayang**
- **Keluarga besarku**
- **Sahabat-sahabatku**
- **Almamater**

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas segala Karunia dan Rahmat-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **Analisis Pengaruh Atribut Produk Frisian Flag Low Fat High Calsium Terhadap Keputusan Pembelian di Kota Palembang**. Skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat Sarjana Ekonomi Program Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

Skripsi ini membahas mengenai Pengaruh Atribut Produk terhadap keputusan pembelian Frisian Flag Low Fat High Calsium. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan, Atas segala kekurangan dan ketidaksempurnaan skripsi ini, penulis sangat mengharapkan masukan, kritik dan saran yang bersifat membangun kearah perbaikan dan penyempurnaan skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan semoga amal baik yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan dari Tuhan yang Maha Esa

Indralaya, 16 Maret 2016

Penulis

Simon M. F. Sitorus

UCAPAN TERIMA KASIH

Selama penelitian dan penyusunan skripsi ini, penulis tidak lupa dari berbagai kendala. Kendala tersebut dapat diatasi berkat bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada :

1. **Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaff, M.S.C.E.** selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
2. **Prof. Dr. Taufiq, M.Si.** selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
3. **Dr. Zakaria Wahab, M.B.A.** selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya, dan sekaligus sebagai dosen pembimbing akademik saya selama menempuh masa kuliah.
4. **Welly Nailis, S.E., M.M.** selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya, dan sekaligus sebagai dosen Pembimbing Skripsi II
5. **Dra. Hj. Suhartini Karim, M.M.** selaku dosen pembimbing skripsi I.
6. **Kepada Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi khususnya Jurusan Manajemen Universitas Sriwijaya** yang sangat berjasa dalam membentuk pemahaman dan pola pikir saya terhadap Manajemen sebagai ilmu dan dalam prakteknya nanti.
7. **Kepada Bapak/Ibu Staff Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya** yang sangat berjasa dalam membantu mengurus administrasi dan korespondensi selama penulis menyelesaikan skripsi

8. Kedua Orang Tua tercinta, papa dan mama yang tak henti-hentinya mencurahkan segala dukungan baik bersifat material maupun spiritual sehingga penulis dapat menyelesaikan masa perkuliahan dengan lancar. Semoga diberkahi umur mereka, disehatkan raganya dan dimuliakan dunia serta akhirat oleh Tuhan Yang Maha Esa.

9. Novalina Sitorus terima kasih atas perhatian, doa, dan cinta kepada adikmu ini. Semoga kita selalu diberikan kesehatan dan panjang umur dan karir yang baik oleh Tuhan yang Maha Esa. Semoga persaudaraan kita tidak akan terputus.

10. Keluarga Besar Kostan Dolpin

11. Keluarga Besar Batak Timbangan (Batic's) dan Keluarga Besar Batak Indralaya

12. Angkatan 2012 Manajemen Unsri Indralaya

13. Perkumpulan Anak Dairi (PADI SRIWIJAYA)

14. IKAMMA FE Unsri

15. BEM KM UNSRI PERIODE 2013-2015.

Akhir kata, saya berharap Tuhan yang Maha Esa membalas segala kebaikan pihak yang telah memberikan andil dalam terwujudnya skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung, baik dalam bentuk moril maupun materil. Saya berharap skripsi ini, dengan kekurangan yang meliputinya, dapat memberikan manfaat bagi kita semua.

ABSTRAK

ANALISIS PENGARUH ATRIBUT PRODUK SUSU FRISIAN FLAG LOW FAT HIGH CALSIUM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KOTA PALEMBANG

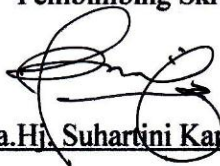
SIMON M. F. SITORUS

011210010

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui deskripsi atribut produk, pengaruh atribut produk secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian, dan variabel yang dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel atribut produk (X) yang terdiri dari faktor merek (X_1), kemasan (X_2), label (X_3), dan layanan pelengkap (X_4) secara parsial dan simultan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Adanya pengaruh tersebut ditunjukkan dengan nilai signifikansi dari uji t dari masing-masing variabel $< 0,05$. Faktor merek (X_1) dengan nilai signifikansi 0,016, faktor kemasan (X_2) dengan nilai signifikansi 0,018, faktor label (X_3) dengan nilai signifikansi 0,017 dan faktor layanan pelengkap (X_4) dengan nilai signifikansi 0,010. Pengaruh secara simultan dengan nilai signifikansi F sebesar $0,000 \leq 0,05$ dan diketahui pula bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,419. Dapat di jelaskan bahwa sebesar 41,9 persen keputusan pembelian dipengaruhi oleh atribut produk dan sisanya sebesar 58,1 % dipengaruhi oleh variabel-variabel lain di luar penelitian. Dari hasil analisis dapat disimpulkan bahwa, atribut produk yang terdiri dari variabel merek, kemasan, label dan layanan pelengkap secara simultan dan parsial berpengaruh positif atau signifikan terhadap keputusan pembelian, dan variabel label memiliki pengaruh yang dominan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Atribut produk, keputusan pembelian

Pembimbing Skripsi I



Dra. Hj. Suhartini Karim, M.M

NIP.195210201981032002

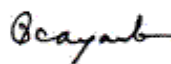
Pembimbing Skripsi II



Welly Nailis, S.E., M.M

NIP. 197407102008011011

Mengetahui Ketua Jurusan



Dr. Zakaria Wahab, M.B.A

NIP. 195707141984031005

ABSTRACT

INFLUENCE ANALYSIS OF PRODUCT ATTRIBUTES FRISIAN FLAG LOW FAT HIGH CALCIUM ON BUYING DECISIONS IN PALEMBANG

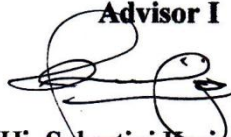
SIMON M. F. SITORUS

01121001061

This research aims to determine the description of product attributes, the influence of product attributes partially and simultaneously on purchasing decisions, and the dominant variable in influencing purchasing decisions. Based on the survey results revealed that the variable product attributes (X) consisting of factors brand (X1), packaging (X2), label (X3), and complementary services (X4) partially and simultaneously have a positive and significant impact on consumer purchasing decisions. The influence is shown by the significant value of the t test of each variable <0.05 . Factor brand (X1) with significant value 0,016, packing factor (X2) with a significance value of 0.018, a factor label (X3) with significant value 0.017 and complementary service factor (X4) with a value of 0,010 signifkansi. Influence simultaneously with a significance value of 0.000 $F \leq 0.05$ and is also known that the value of Adjusted R Square of 0.419. Can be described that 41.9 percent of purchase decisions are influenced by the product attributes and the remaining 58.1% is influenced by other variables outside the research. From the analysis it can be concluded that, attributes of products consisting of variable branding, packaging, labeling and complementary services simultaneously and partial or significant positive influence on purchasing decisions, and variable labels have a dominant influence on the purchase decision.

Keywords: Product attributes, purchasing decisions

Advisor I



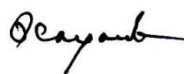
Dra.Hj. Suhartini Karim, M.M
NIP. 195210201981032002

Advisor II



Welly Nailis, S.E., M.M
NIP. 197407102008011011

**Chief of
Management Departement**



Dr. Zakaria Wahab, M.B.A
NIP. 195707141984031005

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
UCAPAN TERIMAKASIH.....	ii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	10
1.5. Sistematika Penulisan	10
 BAB II STUDI KEPUSTAKAAN	 12
2.1. Landasan Teori	
2.1.1. Atribut Produk	12
2.1.1.1. Merek	13
2.1.1.2. Kemasan.....	13
2.1.1.3. Label.....	14
2.1.1.4. Layanan Pelengkap	15
2.1.2. Keputusan Pembelian	17
2.1.2.1. Pengenalan Masalah.....	17
2.1.2.2. Pencarian Informasi	17
2.1.2.3. Penilaian Alternatif	18
2.1.2.4. Keputusan Membeli	18
2.1.2.5. Perilaku setelah Pembelian	18
2.2. Penelitian Terdahulu.....	19
2.3. Alur Pikir	20
2.3.1. Kerangka Konseptual Penelitian	21
2.4. Hipotesis	22
 BAB III METODE PENELITIAN.....	 23
3.1. Ruang Lingkup Penelitian	23
3.2. Rancangan Penelitian.....	23
3.3. Jenis dan Sumber Data.....	24
3.4. Teknik Pengumpulan Data	24
3.5. Populasi dan Sampel.....	25
3.6. Teknik Analisis Data	26
3.6.1. Pengujian Hipotesis	26

3.6.1. Instrumen Penelitian	29
3.7. Devenisi Operasional Variabel	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	33
4.1. Hasil Penelitian	33
4.1.1. Uji Instrumen	33
4.1.1.1. Hasil uji Validitas.....	33
4.1.1.2. Hasil uji Reliabilitas	34
4.1.2. Gambaran Umum Responden.....	36
4.1.3. Analisis Perilaku Responden	36
4.1.4. Analisis Deskriptif Variabel	43
4.1.4.1. Analisis Deskriptif Variabel merek.....	43
4.1.4.2. Analisis Deskriptif Variabel kemasan.....	45
4.1.4.3. Analisis Deskriptif Variabel label	46
4.1.4.4. Analisis Deskriptif Variabel layanan pelengkap.....	48
4.1.4.5. Analisis Deskriptif Variabel keputusan konsumen	49
4.2. Analisi Data	51
4.2.1. Analisis Regresi Linier Berganda.....	51
4.2.2. Hasil Uji F	53
4.2.3. Hasil Uji T	56
4.2.4. Uji Determinan	59
4.3. Pembahasan	60
4.3.1. Pengaruh Merek Terhadap Keputusan Pembelian	61
4.3.2. Pengaruh Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian	63
4.3.3. Pengaruh Label Terhadap Keputusan Pembelian.....	64
4.3.4. Pengaruh Layan Pelengkap Terhadap Keputusan Pembelian ..	65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	67
5.1. Kesimpulan	67
5.2. Saran	69
5.3.Keterbatasan Penelitian	70
Daftar Pustaka	71
Lampiran	75

DAFTAR TABEL

	Halaman
1.1. Volume penjualan susu Frisian Flag di Palembang	4
1.2. Indonesia best brand award	5
2.1. Penelitian Terdahulu	19
4.1. Uji Validitas Instrumen	34
4.2. Uji Reabilitas Instrumen	35
4.3. Karakteristik jenis kelamin	36
4.4. Karakteristik usia	37
4.5. Karakteristik pendidikan	38
4.6. Karakteristik profesi	38
4.7. Karakteristik pengeluaran per bulan	39
4.8. Karakteristik alasan	40
4.9. Karakteristik konsumsi dalam seminggu	41
4.10. Karakteristik pihak yang memutuskan untuk konsumsi	41
4.11. Karakteristik sumber informasi	42
4.12. Karakteristik pertama kali mengkonsumsi	43
4.13. Descriptive statistic merek	43
4.14. Descriptive statistic kemasan	45
4.15. Descriptive statistic label	46
4.16. Descriptive statistic layanan pelengkap	48
4.17. Descriptive statistic keputusan konsumen	49
4.18. Analisis regresi linier berganda	51
4.19. Coefficients	52
4.20. Anova	55
4.21. Hasil uji T	56
4.22. Uji Determinan	59

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1. Kerangka konseptual penelitian	21

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	75

BAB I

Pendahuluan

1.1. Latar Belakang Masalah

Kesehatan adalah sebuah keadaan dimana subyek mengalami kondisi normal atau kondisi yang sesuai dengan yang seharusnya. Kesehatan badan manusia perlu mendapat inovasi seperti kegiatan fisik dan asupan. Inovasi tersebut diwujudkan dengan bagaimana cara tidur yang benar dan berapa lama ideal waktunya, bagaimana dia mengkonsumsi makanan yang masuk ke dalam tubuhnya, seperti sayur, buah, ikan, susu, dsb. Jadi, kesehatan disini sebenarnya merupakan sebuah tolak ukur suatu keadaan dimana keadaan tersebut normal atau tidak.

Manusia membutuhkan asupan gizi dari susu sejak ia dilahirkan di dunia dari kandungan ibunya. Susu merupakan salah satu sumber protein yang paling baik yang bisa didapat baik dari kelenjar susu ibu (Air Susu Ibu – ASI), ataupun dari kelenjar- kelenjar susu dari hewan ternak (sapi, kambing, kuda, dsb) yang biasa disebut sebagai susu tiruan atau Pengganti Air Susu Ibu (PASI). Pada masa ini, manusia diberi ASI eksklusif atau bisa juga dengan asupan makanan berat dengan jangka waktu 1-2 tahun. Namun ada juga yang diberi hingga 4 tahun tergantung dari keadaan bayi atau kelenjar susu ibu. Kebutuhan tubuh manusia terhadap susu merupakan hal yang paling dasar dalam kelengkapan gizi.

Perkembangan tumbuh kembang manusia berlanjut seiring bertambahnya usia. Pertumbuhan yang mencakup perkembangan otak, pertumbuhan tinggi

badan, penambahan berat badan, serta kemampuan tubuh untuk melindungi diri dari berbagai penyakit baik dari luar maupun dalam tubuh. Semua perkembangan dan pertumbuhan tubuh itu tidak lepas dari asupan susu sebagai salah satu sumber asupan gizi seperti protein, vitamin, kalsium, magnesium, fosfor, zinc, serta mineral dan lemak.

Rabobank, seorang analisis Industri mengungkapkan kesadaran minum susu di Indonesia sedang meningkat secara pesat. Indonesia menjadi salah satu dari dua negara di kawasan Asia yang mengalami peningkatan konsumsi susu sebesar 5 sampai 7 persen pertahun, dan kondisis ini akan terus meningkat hingga tahun 2020. Sally Lum, Head of Marketing AustAsia Dairy Grup, mengatakan bahwa hal ini disebabkan oleh peningkatan standar hidup dan cita rasa masyarakat Indonesia. Saat ini masyarakat Indonesia semakin mengikuti selera kebarat-baratan, maka itu permintaan susu akan meningkat. Saat ini masyarakat memiliki budaya baru seperti minum kopi yang menjadi gaya hidup. Dengan minum kopi, permintaan susu juga akan meningkat dikarenakan zaman sekarang susu menjadi salah satu bahan campuran kopi . Peningkatan konsumsi susu juga didorong oleh produk susu tersebut, tidak hanya rasa coklat dan vanilla, susu sekarang sudah memiliki rasa yang bervariasi dan unik seperti mocha, greentea, oreo, nutela dan kitkat dan masih banyak varian rasa unik lainnya. Hal inilah yang mendorong meningkatnya konsumsi susu di Indonesia.

Perkembangan produk susu juga bervariasi seiring berkembangnya zaman. Sekarang susu bukan saja sekedar untuk balita saja, namun juga memiliki banyak sekali hasil produk untuk berbagai kebutuhan. Misalnya saja, dulu susu hanya

berfokus kepada produk sebagai susu pengganti ASI atau sebagai penyempurna dari menu 4 sehat 5 sempurna, namun pada saat ini susu juga dikembangkan sebagai produk untuk penunjang kesehatan kandungan bagi ibu-ibu yang mengandung, *youghurt*, keju, *cream*, mentega, juga sebagai sumber protein yang tinggi bagi atlet binaragawan, serta susu bagi para lansia yang membutuhkan sumber asupan gizi yang sederhana. Perkembangan produk-produk olahan dari susu tidak lepas dari faktor teknologi yang semakin maju, serta kesadaran dari individu-individu di dunia untuk tetap selalu menjaga kesehatan tubuh.

Produk susu yang berguna untuk kesehatan tubuh sudah banyak ditemukan di pasaran, diantaranya Frisian Flag, Anlene, Hilo serta produk lainnya. Banyaknya beredar produk susu kesehatan di pasaran mendorong terjadinya perubahan perilaku konsumen . Perubahan perilaku konsumen tersebut menuntut adanya penyesuaian positioning produk agar dapat tertanam dalam benak konsumen. Untuk melakukan hal tersebut, positioning merek dan pemilihan media promosi yang tepat perlu dilakukan, sehingga konsumen dapat menentukan keputusan pembeliannya dengan tepat sesuai seleranya. Saat ini posisi Frisian Flag secara keseluruhan adalah market leader, dimana susu Frisian flag menjadi produk susu yang diikuti banyak pesaingnya dalam mengeluarkan produk susu sejenisnya, maka dari itu positioning adalah hal yang penting supaya dimasa mendatang dapat meningkatkan posisi tersebut.

Berikut ini disajikan data volume penjualan susu bendera periode 2009 – 2014

Tabel 1.1 Volume penjualan produk Frisian Flag di Palembang periode 2009 – 2014

Tahun	Volume Penjualan	% Perubahan
2009	153.160 karton	-
2010	168.143 karton	10 %
2011	171.301 karton	5 %
2012	145.271 karton	- 21 %
2013	155.336 karton	9%
2014	169.491 karton	13%

Sumber : PT. Frisian Flag, Palembang 2016

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa penjualan tertinggi terjadi pada tahun 2011, tetapi pada tahun 2012 mengalami penurunan dari tahun sebelumnya masing-masing sebesar 5,0 % dan 10%. Penurunan volume penjualan ini bisa saja diakibatkan oleh kurang baiknya atribut produk pada susu Frisian flag sehingga mereknya terlupakan oleh konsumen. Dengan diketahuinya volume penjualan akan membuat perusahaan berlomba memuaskan konsumen dengan menghasilkan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen.

Salah satu produk susu yang menggunakan teknologi UHT adalah Frisian Flag *Low Fat High Calcium*, sama seperti nama brandnya kaya dengan nutrisi kalsium dan rendah lemak. PT Frisian Flag dengan produk mereka *low fat high calcium* mulai menguasai pasar di Indonesia. Awalnya, susu Frisian Flag di produksi tahun 1968 melalui kemitraan antara Cooperatieve Condensfabriek Friesland dan sebuah perusahaan lokal. Pada tahun 2002, nama perusahaan pun berubah menjadi PT Frisian Flag Indonesia. Lewat bendera barunya, Frisian Flag

mengalami perubahan teknologi informasi, proses pembuatan, dan jaringan pasar internasional. Sebagai *market leader* produsen susu di Indonesia, PT Frisian Flag mempunyai pangsa pasar (*brand share*) yang besar. Hal ini yang membuat nilai merek (*brand value*) perusahaan tersebut lebih tinggi dibandingkan pesaing-pesaingnya, seperti susu ultra low fat high calsium dan Milo low fat high calsium. Namun dalam dua tahun belakangan ini, *brand value* susu Frisian Flag mengalami penurunan secara fluktuatif. Berikut ini data *index brand value* perusahaan-perusahaan produsen susu kategori susu kental manis di Indonesia berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Indonesia consumer profile dan SWA magazines yang bekerja sama dengan MARS:

Tabel 1.2 Indonesia best brand award kaetegori susu Low Fat High Calsium

	TOM	TOM				Brand	Brand	Brand
Merek	Ad	Brand	Brand	Satisfaction	Gain	Value 2014	Value 2013	Value 2012
Frisian Flag	77,7	77,6	84,0	99,7	-2,0	86,5	88,9	74,8
Ultra	15,8	15,9	12,5	98,4	9,7	47,0	63,1	17,0
Milo	3,6	3,8	2,5	96,6	27,5	39,5	60,0	3,4

Sumber: Indonesia consumer profile

Susu Frisian Flag Low Fat High Calsium merupakan susu yang dapat dikonsumsi untuk seluruh keluarga yang aktif dan energik. Susu ini untuk kebutuhan kalsium setiap hari. Susu ini juga rendah lemak, sehingga tidak menyebabkan gemuk, selain rendah lemak susu lowfat high calcium sangat baik bagi para konsumen yang sedang diet tanpa harus meninggalkan gizi yang

terdapat pada susu. Susu dipercaya membawa banyak manfaat kesehatan, memilih susu rendah lemak yang banyak di pasaran akan membantu tubuh menurunkan kadar lemaknya. Susu ini juga mengandung vitamin C dan vitamin E yang baik untuk kesehatan dan daya tahan tubuh, dan juga berperan sebagai antioksidan. Frisian Flag Low Fat memiliki varian rasa yaitu, Vanila Perancis, Stroberi California, Coklat Belgia. Komposisinya antara lain, susu sapi segar, susu bubuk tanpa lemak, sukrosa, stabilisator sayuran, kalsium, vitamin (C, E, B1, B5, B6, B9, A, D3), fruktosa (varian coklat), bubuk coklat (varian coklat), penambah rasa (vanila, coklat dan stroberi), Ponceau 4R CI 16 255 dye (varian stroberi). Produk susu PT Frisian Flag Indonesia, merupakan produk yang telah lama memproduksi susu baik cair maupun bubuk sejak tahun 1922. Persaingan antara para produsen yang bergerak pada bidang pengembangan minuman susu siap saji, membuat perlunya strategi dalam penentuan atribut produk.

Dalam industri pengolahan minuman susu, ada beberapa merek yang bermain di dalamnya, antara lain Dancow, Indomilk, Milo, Carnation, dan susu Bendera. Banyaknya industri yang bermain dalam pengolahan susu sering menyebabkan perubahan perilaku konsumen dalam pembelian. Atribut produk adalah sifat-sifat yang mendasar dari sebuah produk yang akan menjadi pertimbangan pembeli saat akan membeli sebuah produk. Atribut suatu produk akan membedakan dengan produk pesaingnya. Umumnya, suatu produk meskipun sama bentuk kemasannya, pasti memiliki perbedaan. Dalam atribut produk terdapat komponen atribut produk yang menunjukkan karakteristik

produk dan pada umumnya akan mendapat perhatian konsumen dalam memilih suatu produk. Menurut Tjiptono (2011:104) beberapa atribut produk yang menyertai dan melengkapi produk (karakteristik produk) adalah:

1. Merek (*branding*)

Merek adalah nama, istilah, tanda, simbol, rancangan, atau kombinasi dari suatu produk. Adanya merek ini dimaksudkan untuk mengidentifikasi produk atau jasa dari satu atau kelompok penjual dan membedakannya dari produk pesaing. Frisian Flag merupakan salah satu merek susu

2. Pengemasan (*packing*)

Pengemasan adalah kegiatan merancang dan membuat wadah atau pembungkus suatu produk. Pengemasan melibatkan merancang dan membuat wadah atau pembungkus suatu produk. Frisian Flag telah melakukan beberapakali penggantian kemasan sejak tahun 1922 untuk meningkatkan pelayanan dan kualitas produk.

3. Label (*labelling*)

Label adalah bagian dari suatu produk yang menyampaikan informasi mengenai produk dan penjualan, sebuah label bisa merupakan bagian dari kemasan atau bisa merupakan *etiket* (tanda pengenal) yang dicantumkan dalam produk berupa gambar atau tulisan. Untuk meyakinkan konsumen tentang komposisi produk, Frisian Flag menambah logo halal di bagian kemasan produk. Label komposisi zat-zat yang terkandung dalam susu Frisian flag juga dimuat di dalam kotak susu.

4. Layanan Pelengkap (*complementary services*)

Layanan pelengkap adalah pelayanan jasa yang diberikan perusahaan kepada konsumen yang memakai produk dari perusahaan tersebut. Frisian Flag memiliki layanan pelengkap berupa layanan penyampaian saran atau kritik dan informasi 24 jam melalui customer service, web resmi yang dapat diakses kapan saja di www.frisianflag.com dan beberapa social media seperti dari facebook dan twitter untuk menyampaikan keluhan dari konsumen.

Oleh karena itu, perusahaan perlu menetapkan Atribut produk yang efektif dan efisien untuk dapat memasarkan produknya agar dapat dengan mudah terjual dan disukai oleh konsumen, selain itu juga mampu menghadapi tantangan ataupun ancaman yang ada dalam lingkungan perusahaan terutama dari pihak pesaing. Untuk mengukur sejauh mana atribut produk Frisian Flag berpengaruh terhadap keputusan pembelian diperlukan suatu penelitian. Melalui penelitian ini, diharapkan pihak perusahaan PT Frisian Flag Indonesia dapat memperoleh informasi mengenai atribut-atribut yang diinginkan oleh konsumen dan tingkat kepuasan konsumen, sehingga dapat memberikan bahan masukan untuk memperbaiki dan meningkatkan kinerja perusahaan di masa yang akan datang.

Dari pembahasan dan rasa ketertarikan mengenai topik bahasan tentang susu tulang yang telah dipaparkan, maka dengan begitu penulis memutuskan untuk mengangkat judul “**Analisis pengaruh Atribut produk Frisian Flag Low Fat High Calsium terhadap keputusan pembelian di kota Palembang**”

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini, diantaranya sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh signifikan dari atribut produk Frisian Flag *Low Fat High Calsium* secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen di daerah Palembang.
2. Apakah terdapat pengaruh signifikan dari atribut produk Frisian Flag *Low Fat High Calsium* secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen di daerah Palembang.

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan Masalah diatas maka tujuan dari penelitan yang hendak dituju adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh signifikan dari atribut produk Frisian Flag *Low Fat High Calsium* secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen di daerah Palembang.
2. Untuk mengetahui pengaruh signifikan dari atribut produk Frisian Flag *Low Fat High Calsium* secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen di daerah Palembang.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diarahkan untuk penelitian kali ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan bahan informasi atau bahan kajian dalam menambah pengetahuan dalam bidang manajemen pemasaran khususnya mengenai pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu mendapatkan gambaran mengenai faktor-faktor yang diidentifikasi dapat mempengaruhi keputusan pembelian beserta hubungan antar variabel dalam penelitian ini, sehingga dapat mengambil keputusan dalam menerapkan kebijakan dan strategi yang tepat dalam keputusan pembelian .

1.5. Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini terbagi atas lima bab yang secara umum dapat diuraikan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang pemilihan judul, perumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang teori-teori serta pendapat para ahli yang merupakan dasar dalam melakukan penilaian atas permasalahan yang dibahas yaitu: pengertian produk, pengertian atribut produk, pengertian keputusan pembelian dan penelitian terdahulu.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang rancangan penelitian, data yang digunakan, teknik pengumpulan data serta metode analisis

.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan uraian mengenai hasil penelitian yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah dilakukan

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan saran yang penulis berikan kepada pihak perusahaan.

Daftar Pustaka

- Ackaradejruangsri, Pajaree. 2014. *The effect of product quality attributes on thai consumers buying decisions* . International Journal of Ritsumeikan Asian Pacific University, Beppu city, Oita, Japan
- Almatsier, S. 2011. *Prinsip Dasar Ilmu Gizi*. Jakarta.: Gramedia
- Arifin, Zainal. 2010 . Penelitian pendidikan metode dan paradigm baru.
Bandung : Remaja Rosdakarya
- Aristiya, Mona. 2012. *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kecap ABC (Studi Kasus Ibu Rumah Tangga di Kecamatan Sukarama Palembang)*. Skripsi, Program Studi Ekonomi Manajemen Universitas Sriwijaya Palembang
- Ben, Ogbojafor Akpoyomare. 2012. *The influence of product Attributes on consumer purchase decision in the Nigerian food and beverages industry : A study of lagos Metropolis*. American Journal of business and management, department of business administration, university of lagos. Nigeria
- Drian, Astriyendy Rd. 2010. *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Anlene rendah laktosa pada PT.Fonterra Brands Indonesia*. Skripsi. Program studi ekonomi Manajemen Universitas Gunadarma Jakarta
- Fandy Tjiptono, 2008, *Strategi Pemasaran*, Edisi Kedua, Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Fandy Tjiptono, 2011, *Manajemen dan strategi merek*, Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Fandy Tjiptono, 2012, *Service quality and satisfaction*, Yogyakarta : Penerbit Andi.

- John, Malasi M. 2012. *Influence of Product Attributes on mobile phone preference among university students : A case of undergraduate students*. International journal of Academic research in economic and managements sciences. United States International University . USA
- Kotler dan Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid I*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi 13, Jakarta : PT. Prebalindo
- Kotler, dan Keller, 2013. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga
- Kotler dan Armstrong. 2010. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid I*. Jakarta: Erlangga
- Kotler dan Armstrong. 2010. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid II*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Susanto, AB. 2010. *Manajemen Pemasaran Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat
- Kotler, Philip dan Gery Armstrong 2012. *Principles of marketing*, Global edition, 14 edition, Pearson Education
- Kotler, dan Keller, 2013. *Manajemen Pemasaran Jilid I1*. Jakarta: Erlangga
- Kurnia, Fatma Safitri. 2013. *Pengaruh Atribut Produk Air Mineral Aqua terhadap Sikap Konsumen Dalam keputusan Pembelian konsumen*. Skripsi. Program studi Ekonomi Manajemen Universitas Sriwijaya Palembang
- Mamun, Muroz. 2010. *Analisis pengaruh atribut produk, terhadap keputusan pembelian produk susu ultrajaya*. Skripsi. Fakultas ekonomi Universitas Diponegoro Semarang
- Margareth, Sheng L. 2011. *Product attributes and brand equity in the mobile domain: The mediating role of customer experienc*. International journal. School of bussines, department of decision sciences, National university of Singapore, Singapore

- Margono, S . 2008. Metodologi penelitian pendidikan. Jakarta : Rineka Cipta
- Safitri, Dian. 2010. *Pengaruh Atribut produk terhadap minat beli konsumen kecap sedap di Surabaya*. Skripsi. Fakultas ekonomi Universitas Brawijaya Malang
- Schuitema, Geertje. 2015. *Green consumerism: The influence of product attributes and values on purchasing intentions*. Journal of consumer behavior. Department of marketing, University of Bath, United Kingdom
- Schiffman, Leon G dan Leslei Lazar Kanuk. 2008. *Consumer Behavior, Eight Edition*. Pearson Prentice Hall
- Setya, Dita permatasari 2012. “ *Analisis pengaruh atribut produk dan harga teh botol sosro terhadap minat beli konsumen*”. Skripsi fakultas ekonomi Universitas pembangunan Nasional
- Sumarmi & Soeprihanto. 2010. Pengantar Bisnis. Yogyakarta : Liberty
- Usman, Prof. Dr. Husaini. dan purnomo Setiady Akbar, M.Pd. 2009. *Metodologi Penelitian sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Willian J. Staton and Lamanto. (2007). *Prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Jakarta. Erlangga.
- Widodo, Purwanto. 2010. *Hubungan antara atribut- atribut produk terhadap keputusan pembelian minuman teh dalam kemasan*. Jurnal Agribisnis dan Pengembangan wilayah.
- Wiraliousejati, Muhaddyatama. 2014. *Pengaruh Ekuitas merek dan promosi Terhadap keputusan pembelian Konsumen Frisian flag low fat high Calcium (studi kasus pada lotte mart semarang)*. Skripsi, Program Studi Ekonomi Manajemen Universitas Diponegoro, Semarang

[www. Frisian Flag.com](http://www.FrisianFlag.com)

[www. Kemenperin.go.id](http://www.Kemenperin.go.id)

[www. Marsindonesia.com](http://www.Marsindonesia.com)