

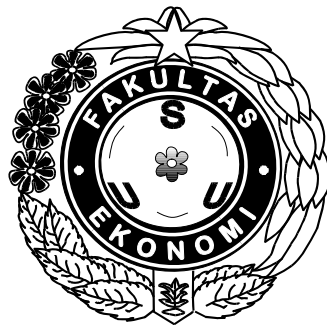
UNIVERSITAS SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STRATA I
MEDAN

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP SIKAP KONSUMEN
PADA *GREEN PRODUCT COSMETICS* (STUDI KASUS PADA
PURI AYU MARTHA TILAR SUN PLAZA MEDAN)**

DRAFT SKRIPSI

DIAJUKAN OLEH:

EKA LANIASTI SIHITE
040502085
MANAJEMEN



Guna Memenuhi Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Universitas Sumatera Utara
Medan
2008

ABSTRAK

Eka Laniasti Sihite (2008), Pengaruh Atribut Produk Terhadap Sikap Konsumen Pada *Green Product Cosmetics* (Studi Kasus Pada Puri Ayu Martha Tilaar Sun Plaza Medan). Dra. Marhayanie M.Si (Dosen Pembimbing), Prof. Dr. Ritha F. Dalimunthe SE, M.Si (Ketua Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara), Dra. Setri Hiyanti Siregar (Dosen Penguji I), Syafrizal Helmi Situmorang SE. M.Si (Dosen Penguji II).

Kosmetik Martha Tilaar merupakan salah satu perusahaan kosmetik yang menghasilkan produk kosmetik bernuansa ketimuran dan mengandung bahan alami, produk kosmetiknya sudah dikenal sebagai salah satu produk hijau kosmetik (*Green Product Cosmetics*) di dunia.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh atribut produk yang terdiri dari merek produk, kualitas produk, desain produk, label produk dan kemasan produk terhadap sikap konsumen pada *Green Product Cosmetics*, yaitu pada produk kosmetik Martha Tilaar. Metode penelitian yang digunakan adalah metode analisis deskriptif dan metode regresi linier berganda, dengan menggunakan uji asumsi klasik, uji determinasi, uji simultan dan uji parsial dengan alat analisis menggunakan bantuan program *SPSS versi 14.00*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut produk yang terdiri dari merek produk, kualitas produk, desain produk, label produk dan kemasan produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap sikap konsumen pada *Green Product Cosmetics*, yaitu pada produk kosmetik Martha Tilaar. Variabel yang berpengaruh paling dominan terhadap sikap konsumen adalah kemasan.

Kata Kunci : Atribut Produk, Sikap Konsumen

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas segala kasih, berkat, dan karunia-Nya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Atribut Produk terhadap Sikap Konsumen Pada *Green Product Cosmetics* (Studi Kasus pada Puri Ayu Martha Tilaar Sun Plaza Medan)”.

Penulisan skripsi ini merupakan tugas akhir sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan dan mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Departemen Manajemen konsentrasi Manajemen Pemasaran pada Program S-1 di Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara.

Peneliti selama masa perkuliahan hingga penulisan skripsi ini, telah banyak mendapat bimbingan, nasehat dan dorongan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini, terutama kepada:

1. Bapak Drs. Jhon Tafbu Ritonga M.Ec, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara.
2. Ibu Prof. Dr. Ritha F Dalimunthe SE, M.Si, selaku ketua Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara, yang telah banyak memberikan inspirasi kepada penulis.
3. Ibu Dra. Nisrul Irawaty MBA, selaku sekretaris Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara.

4. Bapak Prof. DR. Paham Ginting, M.S, selaku Dosen Wali yang telah begitu sabar dalam memberikan banyak bimbingan, arahan, saran, dan masukan dalam penulisan skripsi ini.
5. Ibu Dra. Marhayanie M.Si, selaku Dosen Pembimbing yang telah begitu sabar dalam memberikan banyak bimbingan, arahan, saran dan masukan dalam penulisan skripsi ini.
6. Ibu Dra. Setri Hiyanti Siregar, selaku Dosen Penguji I yang telah banyak memberikan banyak saran dan masukan dalam penulisan skripsi ini. arahan dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Bapak Syafrizal Helmi Situmorang SE. M.Si, selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan banyak saran dan masukan dalam penulisan skripsi ini.
8. Seluruh Dosen di Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara yang telah memberikan bekal pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan dan penulisan skripsi ini.
9. Seluruh Pegawai Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara yang telah membantu penulis selama ini.
10. Bapak/ Ibu Pimpinan Puri Ayu Martha Tilaar Sun Plaza Medan dan seluruh pegawai yang telah banyak membantu penulis dalam menyediakan tempat sebagai tempat penelitian dan memperoleh data perusahaan yang diperlukan didalam penulisan skripsi ini.
11. Papa dan Mama Tercinta Samsudin Sihite, SH dan Hotma Hutagalung yang merupakan sumber inspirasi dan senantiasa memberikan kasih sayang, motivasi, nasehat, bantuan dana dan material, serta doa yang selalu menyertai penulis.

12. Pak Tua dan Mak Tua Tercinta Drs. Robert Sihite dan Helen Sihombing yang merupakan sumber inspirasi dan senantiasa memberikan kasih sayang, motivasi, nasehat, bantuan dana dan material, serta doa yang selalu menyertai penulis.
13. Abang dan Adik yang Terkasih Bernad Eko Candra Sihite dan Hendro Handoko Sihite (siapudan kami), serta sepupuku yang terkasih Meilin Margaret Sihite, BA, Stefan Laudus Sihite dan Julia Elisa Sihite (adik satu-satunya di dunia) yang merupakan sumber inspirasi, motivasi, dan senantiasa memberikan kasih sayang, dukungan dan doa kepada penulis.
14. Sahabat-sahabat dan teman-teman di Manajemen 2004: Aurora (Subeni), Nesly (kak Ines), Yohana (Yellow Pisang), Maria Rosel, Novalina Tarigan, Dini, Lamtiar, Lintang, Anne, Eka Sutanti, Lusiana Manalu (Cien), Lusiana Siahaan (Cing), Maria Desyeni, Rike, Hana, Rebecca, Magdalena, Wenny, Ester, Vivi, Herawaty, Rara, Risma, Gia, Risma, Erin, Lulu, Surya, Roni Salomo, Tohom, Arie Anfi, Andre, White Top Purba, Simon Siahaan, Selamat Oliver, Albert, Rocky, Pemuda Gading (ipem), Zurivan, Adi Kuasa, Ronald Reagen, dan teman-teman Manajemen 2004 yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu persatu. Terima kasih atas motivasi, semangat, dukungan, perhatian dan persahabatan yang diberikan kepada penulis.
15. Sahabat-sahabat terbaikku Fenny Erida, Santalina Sembiring, Bamma Erawaty, Yustika, Elizabeth Pane, Rosa, Gracy, Citra Dwi Fauriska, Bontor Reni, Emma Latersia, Evi Marlina, Yenny, Hasleni atas motivasi, semangat, dukungan, perhatian dan persahabatan yang diberikan kepada penulis.

16. Buat Devakinanden (Deva), Dhimas Aditya Rahardja, SE, kak Elisabeth (Manajemen 2003), terima kasih atas motivasi, semangat, dukungan, perhatian dan persahabatan yang diberikan kepada penulis.
17. Buat Manajemen 2005: Daniel, Tovariga, Aron, Clara Danica, Nila, Corry, dan Asrani, terima kasih atas motivasi, semangat, dukungan, perhatian dan persahabatan yang diberikan kepada penulis.
18. Buat semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan pendidikan dan penulisan skripsi ini.

Medan, Mei 2008

Penulis

Eka Laniasti Sihite

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	4
C. Kerangka Konseptual.....	4
D. Hipotesis	5
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1. Tujuan Penelitian	6
2. Manfaat Penelitian	6
F. Metode Penelitian	6
1. Batasan Operasional.....	6
2. Defenisi Operasional.....	7
3. Skala Pengukuran Variabel.....	9
4. Populasi dan Sampel	10
5. Tempat dan Waktu Penelitian.....	12
6. Jenis dan Sumber Data.....	12
7. Teknik Pengumpulan Data.....	13
8. Uji Validitas dan Reliabilitas	13
9. Metode Analisis Data.....	15

BAB II URAIAN TEORETIS	21
A. Penelitian Terdahulu	21
B. Produk	22
1. Pengertian Produk.....	22
2. <i>Green Product</i> (Produk Hijau).....	24
3. Kosmetik	25
C. Atribut Produk	28
1. Merek Produk.....	28
2. Kualitas Produk.....	30
3. Desain Produk.....	30
4. Label Produk.....	31
5. Kemasan Produk	31
D. Sikap Konsumen	33
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	37
A. Sejarah Perusahaan	37
B. Perkembangan perusahaan Martha Tilaar.....	39
BAB IV ANALISIS DAN EVALUASI	41
A. Uji Validitas dan Realibilitas	41
B. Analisis Deskriptif	45
1. Deskriptif Responden.....	46
2. Distribusi Penilaian Responden	51
3. Statistik Deskriptif	56
C. Analisis Statistik	57
1. Uji Asumsi Klasik.....	57
a. Uji Normalitas.....	57
b. Uji Multikolinieritas.....	60
c. Uji Autokorelasi.....	61
d. Uji Heterokedastisitas	63
2. Analisis Regresi Linear Berganda	65

3. Pengujian Hipotesis	66
a. Pengujian Koefisien Determinasi (R^2) atau <i>Goodness of Fit Test</i>	66
b. Uji Signifikan Simultan (Uji F)	67
c. Uji Signifikan Parsial (Uji-t).....	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	77
A. Kesimpulan	77
B. Saran	78

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 <i>Top Brand</i> 2008, Kategori Perawatan Pribadi (Bedak Wajah).....	2
Tabel 1.2 Operasional Variabel.....	9
Tabel 1.3 Jumlah Pengunjung Puri Ayu Martha Tilaar Sun Plaza Medan	10
Tabel 1.4 Kriteria Pengambilan Keputusan Uji Autokorelasi	17
Tabel 4.1 <i>Item-Total Statistics</i>	42
Tabel 4.2 Validitas Instrumen.....	43
Tabel 4.3 Reliabilitas Intrumen.....	44
Tabel 4.4 <i>Reliability Statistics</i>	44
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	46
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	47
Tabel 4.8 Karakteristik Kuantitas Kunjungan.....	47
Tabel 4.9 Sumber Informasi Responden Tentang Produk Kosmetik Martha Tilaar	48
Tabel 4.10 Alasan Responden Membeli Kosmetik.....	48
Tabel 4.11 Responden Mengetahui kosmetik Martha Tilaar adalah <i>Green Product Cosmetics</i>	49
Tabel 4.12 Responden Mengetahui kosmetik Martha Tilaar adalah <i>Green Product Cosmetics</i> , maka alasan responden percaya pada <i>Green Product Cosmetics</i>	49
Tabel 4.13 Responden Selalu Membeli <i>Green Product Cosmetics</i>	50
Tabel 4.14 Alasan Responden Membeli Kosmetik Martha Tilaar.....	50
Tabel 4.15 Distribusi Penilaian Responden terhadap Variabel Merek	51
Tabel 4.16 Distribusi Penilaian Responden terhadap Variabel Kualitas	51
Tabel 4.17 Distribusi Penilaian Responden terhadap Variabel Desain.....	52
Tabel 4.18 Distribusi Penilaian Responden terhadap Variabel Label.....	53
Tabel 4.19 Distribusi Penilaian Responden terhadap Variabel Kemasan.....	54
Tabel 4.20 Distribusi Penilaian Responden terhadap Variabel Sikap Konsumen	55
Tabel 4.21 <i>Descriptive Statistics</i>	56

Tabel 4.22 Uji Normalitas.....	60
Tabel 4.23 Uji Multikolinieritas.....	61
Tabel 4.24 Uji Autokorelasi.....	62
Tabel 4.25 Uji Heterokedastisitas	65
Tabel 4.26 Hasil Uji R ²	66
Tabel 4.27 Hasil Uji F	68
Tabel 4.28 Hasil Uji-t	71

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Kerangka Konseptual	5
Gambar 4.1 Histogram	58
Gambar 4.2 <i>Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual</i>	59
Gambar 4.3 Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0	63
Gambar 4.4 <i>Scatterplot</i>	64

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Validitas dan Reliabilitas	
Lampiran 2 <i>Regression</i>	
Lampiran 3 Kuesioner	