

**SKRIPSI**  
**HUBUNGAN ATRIBUT PRODUK TERHADAP PROSES KEPUTUSAN**  
**PEMBELIAN PRODUK KOPI BUBUK JURAGAN DI KABUPATEN**  
**KUBU RAYA**

**Oleh:**  
**VINA PEBRIANA**  
**NIM C1021151050**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS**  
**JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN**  
**FAKULTAS PERTANIAN**  
**UNIVERSITAS TANJUNGPURA**  
**PONTIANAK**  
**2023**

**SKRIPSI**

**HUBUNGAN ATRIBUT PRODUK TERHADAP PROSES  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOPI BUBUK  
JURAGAN DI KABUPATEN KUBU RAYA**

**Oleh :**

**Vina Pebriana**

**NIM. C1021151050**

**Skripsi Diajukan sebagai Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana dalam Bidang Pertanian**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS TANJUNGPURA  
PONTIANAK  
2023**

**HUBUNGAN ATRIBUT PRODUK TERHADAP PROSES KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK KOPI BUBUK JURAGAN DI KABUPATEN KUBU  
RAYA**

**Tanggung Jawab Yuridis Material Pada:**

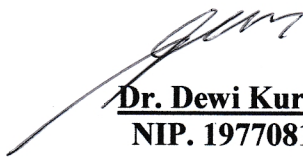
**VINA PEBRIANA  
NIM C1021151050**

**Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian**

**Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat Dan Lulus Ujian Skripsi  
Pada Tanggal: 29 Juli 2022, Berdasarkan SK Dekan Fakultas Pertanian  
Universitas Tanjungpura Nomor: 5857/UN22.3/TD.06/2022 Tanggal 12 Juli 2022**

**Tim Penguji:**

**Pembimbing Pertama**



**Dr. Dewi Kurniati, SP, M.M  
NIP. 197708102000122001**

**Pembimbing Kedua**



**Dr. Novira Kusrini, SP, M.Si  
NIP. 197811132005012001**

**Penguji Pertama**



**Dr. Wanti Fitrianti, SP, M.Si  
NIP. 198507012010122007**

**Penguji Kedua**



**Anita Suharyani, SP, MP  
NIP. 199001302015042001**

**Disahkan Oleh:**

**Dekan Fakultas Pertanian  
Universitas Tanjungpura**



**Prof. Dr. Ir. H. Denah Suswati, MP, IPU  
NIP. 196505301989032001**

## SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Vina Pebriana  
Tempat/tanggal lahir : Elok Asam, 05 Februari 1997  
NIM : C1021151050  
Program Studi : Agribisnis  
Judul Skripsi : Hubungan Atribut Produk Terhadap Proses Keputusan Pembelian  
Produk Kopi Bubuk Juragan Di Kabupaten Kubu Raya

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah skripsi ini bebas dari segala bentuk plagiat yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar Kesarjanaan di Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti adanya indikasi plagiat dalam karya ilmiah ini, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan berlaku.

Pontianak, Juli 2022



Vina Pebriana

NIM. C1021151050

## **MOTTO HIDUP**

“Jangan menyerah sebelum mencoba dan tetap andalkan Tuhan disetiap keputusan yang diambil dalam hidup”

## RINGKASAN SKRIPSI

Dengan tingginya konsumsi kopi di kalangan masyarakat, hal ini dapat menjadi pemicu munculnya produsen-produsen yang ingin memproduksi kopi bubuk sehingga membuat semakin ketatnya persaingan dalam usaha kopi. Di provinsi Kalimantan Barat khususnya di Kabupaten Kubu Raya terdapat UMKM Juragan Muda yang memproduksi kopi bubuk Juragan. Dengan produk yang masih terbilang baru di kalangan masyarakat, pentingnya bagi produsen untuk mengetahui hal-hal apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian produk kopi bubuk Juragan.

Penelitian ini bertujuan untuk untuk menganalisis hubungan atribut produk terhadap proses keputusan pembelian produk kopi bubuk Juragan di Kabupaten Kubu Raya. Metode yang digunakan ialah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif, dengan sampel 50 responden secara *accidental sampling*. Variabel dalam penelitian ini ialah merek, kualitas produk, kemasan, harga serta proses keputusan pembelian. analisis yang digunakan ialah uji *rank spearman* dengan *software* SPSS 21. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel dari atribut produk yang mempunyai hubungan dengan proses keputusan pembelian produk kopi bubuk Juragan ialah kualitas produk, kemasan dan harga, sedangkan merek tidak terdapat hubungan dengan proses keputusan pembelian produk kopi bubuk Juragan di Kabupaten Kubu Raya. Hal ini berarti semakin menarik kemasan dan memiliki kualitas produk yang baik serta harga yang terjangkau akan membuat konsumen melakukan keputusan pembelian terhadap produk kopi bubuk Juragan di Kabupaten Kubu Raya.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Hubungan Atribut Produk Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Kopi Bubuk Juragan Di Kabupaten Kubu Raya”. Skripsi ini disusun dalam rangka untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Pertanian, Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Universitas Tanjungpura Pontianak.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan berhasil tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Denah Suswati, M.P selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Tanjungpura.
2. Dr. Ir. Erlinda Yurisinthae, M.P selaku Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Universitas Tanjungpura.
3. Dr. Maswadi, S.P., M.Sc selaku Ketua Program Studi Agribisnis yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan serta saran yang berguna bagi penulis dalam penulisan skripsi ini.
4. Dr. Dewi Kurniati, S.P., M.M selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, koreksi, arahan serta saran yang berguna bagi penulis dalam penulisan skripsi ini.
5. Dr. Novira Kusrini, S.P., M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik dan sekaligus Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan serta saran yang berguna bagi penulis selama perkuliahan di Fakultas Pertanian Universitas Tanjungpura.
6. Dr. Wanti Fitrianti, S.P., M.Si selaku Dosen Penguji I yang memberi petunjuk dan pengarahan dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Anita Suharyani, S.P., M.P selaku Dosen penguji II yang memberi petunjuk dan pengarahan dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Segenap Dosen dan Karyawan Fakultas Pertanian yang telah membantu penulis selama masa perkuliahan.

9. Kedua orang tuaku serta kakak dan adik tercinta, terima kasih atas doa restunya setiap saat dan dorongan yang tidak bisa dinilai dengan apapun.
10. Teman-teman Agribisnis angkatan 2015 yang telah memberikan dukungan serta kebersamaan dalam menjalani perkuliahan.
11. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan namanya satu per satu. Terima kasih banyak atas semua bantuannya baik materi maupun non materi.

Akhirnya, penulis sangat berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, penulis sangat mengharap kritik dan saran bagi berbagai pihak dalam penyempurnaan skripsi ini.

Pontianak, Juli 2022

Penulis

VINA PEBRIANA  
C1021151050

## DAFTAR ISI

|                                                       | Halaman |
|-------------------------------------------------------|---------|
| KATA PENGANTAR .....                                  | i       |
| DAFTAR ISI.....                                       | iii     |
| DAFTAR TABEL.....                                     | v       |
| DAFTAR GAMBAR.....                                    | vi      |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                                  | vii     |
| BAB I.....                                            | 1       |
| PENDAHULUAN .....                                     | 1       |
| A. Latar Belakang .....                               | 1       |
| B. Rumusan Masalah .....                              | 4       |
| C. Tujuan Penelitian .....                            | 4       |
| BAB II.....                                           | 5       |
| TINJAUAN PUSTAKA .....                                | 5       |
| A. Landasan Teori.....                                | 5       |
| 1. Atribut Produk.....                                | 5       |
| 2. Keputusan Pembelian.....                           | 10      |
| 3. Uji Rank Spearman .....                            | 12      |
| B. Penelitian Terdahulu .....                         | 13      |
| C. Kerangka Konsep .....                              | 14      |
| D. Hipotesis.....                                     | 16      |
| BAB III .....                                         | 17      |
| METODE PENELITIAN .....                               | 17      |
| A. Metode dan Lokasi Penelitian.....                  | 17      |
| B. Populasi dan Teknis Pengambilan Sampel .....       | 17      |
| 1. Populasi .....                                     | 17      |
| 2. Sampel.....                                        | 18      |
| C. Sumber dan Metode Pengumpulan Data.....            | 18      |
| 1. Sumber data.....                                   | 18      |
| 2. Metode Pengumpulan data .....                      | 19      |
| D. Skala Pengukuran.....                              | 19      |
| E. Variabel dan Definisi Operasional Penelitian ..... | 20      |
| F. Uji Instrumen Penelitian .....                     | 29      |

|                                                                                                       |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| G. Teknik Analisis data.....                                                                          | 29 |
| BAB IV .....                                                                                          | 31 |
| HASIL DAN PEMBAHASAN .....                                                                            | 31 |
| A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....                                                              | 31 |
| B. Karakteristik Responden .....                                                                      | 31 |
| C. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....                                                     | 36 |
| 1. Uji Validitas .....                                                                                | 36 |
| 2. Uji reliabilitas.....                                                                              | 36 |
| D. Deskriptif Jawaban Responden Per Indikator Atribut Produk terhadap Proses Keputusan Pembelian..... | 37 |
| E. Hubungan Atribut produk Terhadap Proses Keputusan Pembelian Di Kabupaten Kubu Raya.....            | 45 |
| 1. Merek (X1) Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Y).....                                            | 45 |
| 2. Kualitas Produk (X2) Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Y) .....                                 | 47 |
| 3. Kemasan (X3) Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Y) .....                                         | 48 |
| 4. Harga (X4) Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Y) .....                                           | 50 |
| BAB V .....                                                                                           | 52 |
| PENUTUP .....                                                                                         | 52 |
| A. Kesimpulan .....                                                                                   | 52 |
| B. Saran.....                                                                                         | 52 |
| DAFTAR PUSTAKA .....                                                                                  | 53 |

## DAFTAR TABEL

|                                                                                                             | Halaman |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| Tabel 1. Konsumsi Domestik Kopi di Indonesia (Per kemasan 60 Kg) .....                                      | 1       |
| Tabel 2. Penelitian Terdahulu .....                                                                         | 14      |
| Tabel 3. Definisi Operasional .....                                                                         | 21      |
| Tabel 4. Interpretasi nilai $r_s$ .....                                                                     | 30      |
| Tabel 5. Hasil Uji Validitas .....                                                                          | 36      |
| Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas .....                                                                       | 37      |
| Tabel 7. Jawaban Responden Berdasarkan Merek .....                                                          | 38      |
| Tabel 8. Jawaban Responden Berdasarkan Kualitas Produk .....                                                | 39      |
| Tabel 9. Jawaban Responden Berdasarkan Kemasan .....                                                        | 41      |
| Tabel 10. Jawaban Responden Berdasarkan Harga .....                                                         | 42      |
| Tabel 11. Jawaban Responden Berdasarkan Proses Keputusan Pembelian .....                                    | 43      |
| Tabel 12. Hasil Uji <i>Rank Spearman</i> Merek (X1) Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Y) .....           | 46      |
| Tabel 13. Hasil Uji <i>Rank Spearman</i> Kualitas Produk (X2) Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Y) ..... | 47      |
| Tabel 14. Hasil Uji <i>Rank Spearman</i> Kemasan (X3) Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Y) .....         | 48      |
| Tabel 15. Hasil Uji <i>Rank Spearman</i> Harga (X4) Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Y) .....           | 50      |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                          | Halaman |
|--------------------------------------------------------------------------|---------|
| Gambar 1. Data Penjualan Kopi Bubuk Juragan .....                        | 2       |
| Gambar 2. Proses Pengambilan Keputusan (Kotler dan Armstrong, 2012 ..... | 11      |
| Gambar 3. Kerangka Konsep .....                                          | 16      |
| Gambar 4. Usia Responden .....                                           | 32      |
| Gambar 5. Jenis Kelamin Responden .....                                  | 32      |
| Gambar 6. Pendidikan Terakhir Responden .....                            | 33      |
| Gambar 7. Pekerjaan Responden .....                                      | 34      |
| Gambar 8. Pendapatan Responden .....                                     | 35      |
| Gambar 9. Jumlah Anggota Keluarga Responden .....                        | 35      |

## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                            |    |
|------------------------------------------------------------|----|
| Lampiran 1. Kuesioner Penelitian .....                     | 56 |
| Lampiran 2. Karakteristik Responden .....                  | 64 |
| Lampiran 3. Jawaban Responden .....                        | 66 |
| Lampiran 4. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas ..... | 70 |
| Lampiran 5. Hasil Uji <i>Rank Spearman</i> .....           | 71 |
| Lampiran 6. Dokumentasi Penelitian.....                    | 72 |

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Kopi merupakan salah satu tanaman perkebunan yang memberikan devisa terbesar bagi negara Indonesia. Kopi adalah komoditas perkebunan yang peranannya dalam perekonomian nasional sangat penting. Enam kontribusi komoditas kopi terhadap ekonomi nasional, yaitu: sebagai sumber devisa negara, pendapatan petani, penciptaan lapangan kerja, pembangunan wilayah, pendorong agribisnis dan agroindustri, dan pendukung konservasi lingkungan (Sudjarmoko, 2013).

Sektor perkebunan memiliki peranan yang sangat tinggi terhadap perkembangan ekonomi di Indonesia, salah satunya adalah tanaman kopi. Kopi selain diekspor ke negara lain juga dikonsumsi oleh penduduk di Indonesia. Konsumsi tersebut mengalami peningkatan seiring dengan meningkatnya taraf hidup dan pergeseran gaya hidup masyarakat perkotaan di Indonesia. Dengan melihat prospek agribisnis kopi di Indonesia ini akan membuka peluang usaha bagi setiap produsen untuk memanfaatkan kopi mulai dari sektor hulu hingga sektor hilirnya. Demi mengikuti keinginan konsumen, produsen kopi terus melakukan inovasi dan memberikan banyak pilihan kepada konsumen. Data International Coffee Organization (ICO) mencatat bahwa tren konsumsi kopi domestik di Indonesia terus meningkat selama lima tahun terakhir (Annur, 2020).

Tabel 1. Konsumsi Domestik Kopi di Indonesia (Per kemasan 60 Kg)

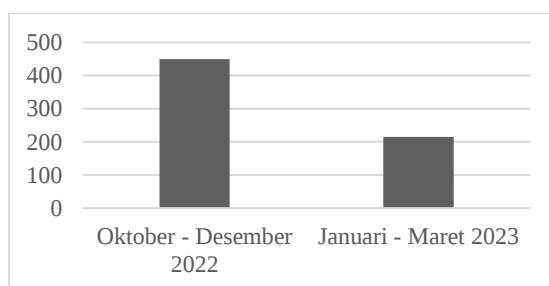
| Tahun    | 2016/2017 | 2017/2018 | 2018/2019 | 2019/2020 | 2020/2021 |
|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Konsumsi | 4.650.000 | 4.750.000 | 4.800.000 | 4.806.000 | 5.000.000 |

Sumber: *international Coffee Organization*, 2022

Peningkatan konsumsi kopi domestik di Indonesia disebabkan jumlah penduduk yang terus meningkat setiap tahun, juga didukung dengan pola sosial masyarakat dalam mengkonsumsi kopi, ditunjang dengan harga yang terjangkau, dan kepraktisan dalam penyajian serta keragaman citarasa yang sesuai dengan selera konsumen. Selain itu, kenaikan konsumsi disebabkan oleh pendapatan yang terus meningkat (Susila, 2005). Budaya minum kopi saat ini merupakan suatu

trend baru yang muncul diberbagai kalangan masyarakat. Meningkatnya permintaan akan kopi, memancing munculnya berbagai brand. Meskipun banyak brand yang bemunculan namun pangsa pasar yang dituju berbeda-beda. Dalam hal ini budaya konsumsi kopi ini biasanya dilakukan masyarakat di cafe dan coffee shop di kota-kota besar, dan di kedai atau warung kopi pada masyarakat desa ataupun kota-kota kecil.

Dengan tingginya konsumsi kopi di kalangan masyarakat, hal ini dapat menjadi pemicu munculnya produsen-produsen yang ingin memproduksi kopi bubuk sehingga membuat semakin ketatnya persaingan dalam usaha kopi. Di provinsi Kalimantan Barat khususnya di Kabupaten Kubu Raya ada UMKM Juragan Muda yang memproduksi kopi bubuk. Hal ini karena para pemuda di desa Punggur melihat banyaknya hasil alam namun pemanfaatannya yang belum maksimal. Sehingga muncullah ide untuk memproduksi bubuk kopi sendiri. Kemudian semakin berkembangnya UMKM Juragan Muda membuat minat petani kopi di desa Punggur bersemangat kembali dalam merawat pohon kopinya, karena UMKM Juragan Muda bersedia membeli kopi dari petani lokal dengan syarat biji kopinya sudah matang, kering dan terlepas dari kulitnya. UMKM Juragan Muda ini didirikan pada tahun 2018 yang berletak di Desa Punggur dengan produk yang dihasilkan yaitu kopi bubuk yang biasanya disebut Kopi Juragan. Kopi Juragan merupakan salah satu produk unggulan di Kabupaten Kubu Raya.



Gambar 1. Data Penjualan Kopi Bubuk Juragan

Dengan produk yang masih terbilang baru di kalangan masyarakat, pentingnya bagi UMKM Juragan Muda untuk mengetahui hal-hal apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian produk Kopi Juragan. Dari gambar diatas dapat dilihat adanya penurunan penjualan produk kopi Juragan sehingga

dengan mengetahui apa yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian diharapkan dapat meningkatkan penjualan produk kopi bubuk Juragan. Produsen harus memberikan informasi produk yang tepat dan jelas agar konsumen tidak keliru dan bingung dalam memperoleh produk. Jika informasi produk sudah tepat dan jelas, maka konsumen dapat membuat keputusan pembelian. Pada umumnya keputusan pembelian yang diambil konsumen terhadap suatu produk terjadi apabila timbul kebutuhan dalam dirinya. Hal ini dapat dirubah oleh perusahaan dengan menggunakan salah satu unsur bauran pemasaran yaitu melalui produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Salah satu unsur dari atribut produk yaitu merek, kualitas produk, kemasan dan harga. .

Produk adalah bagian dari bauran pemasaran, dan salah satu yang tidak luput untuk dimodifikasi sedemikian rupa agar dapat menarik dan mempengaruhi konsumen melakukan pembelian. Maka dari itu, produsen dituntut untuk dapat memproduksi suatu produk yang berkualitas sehingga konsumen menjadi puas serta perusahaan harus mampu menciptakan produk yang unik atau berbeda dengan produk lainnya sehingga konsumen dapat dengan mudah membedakan produknya dengan produk jenis lainnya. Selain itu, setiap perusahaan atau produsen memiliki tujuan sama yaitu bagaimana caranya supaya produk-produk yang diproduksi dapat diterima oleh konsumen.

Produsen memproduksi sebuah produk dengan atribut-atribut yang akan memberikan manfaat atau kegunaan bagi konsumen serta sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen (Tjiptono, 2005). Atribut produk adalah unsur-unsur yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian. Atribut produk meliputi merek, kemasan, jaminan (garansi), pelayanan, dan sebagainya. Sedangkan menurut (Kotler, 2012) produk adalah elemen kunci dalam tawaran pasar. Perencanaan bauran pemasaran dimulai dengan memformulasikan tawaran untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan pelanggan sasaran.

Atribut produk inilah yang akan membedakan antara produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan dengan produk sejenis yang ditawarkan perusahaan lain. Perbedaan atribut ini kemudian bisa menimbulkan perbedaan

persepsi konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh berbagai perusahaan sehingga akhirnya dapat mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian. Konsumen biasanya membeli merek tertentu secara spontan tanpa berpikir panjang karena melihat citra merek yang menarik, selain itu kualitas produk juga dianggap sebagai unsur yang melekat pada suatu produk dan dianggap penting oleh konsumen. Adapun konsumen membeli produk setelah melihat harga dan kemasan yang terdapat pada produk tersebut.

Produk yang memiliki atribut produk menarik, tentu akan menimbulkan minat konsumen dalam melakukan pembelian. Atribut produk pada akhirnya akan memberikan hasil positif berupa manfaat pada konsumen. Karena itulah atribut produk menjadi pertimbangan bagi konsumen yang tertarik terhadap suatu produk dan memutuskan untuk membeli produk tersebut. Pengambilan keputusan adalah suatu proses pendekatan penyelesaian masalah kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya (Swastha. D dan Handoko, 2013).

Dari uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Hubungan atribut produk terhadap proses keputusan pembelian produk kopi bubuk Juragan di Kabupaten Kubu Raya”. Dengan memperhatikan atribut produk diharapkan dapat meningkatkan keputusan pembelian pada produk kopi bubuk Juragan.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan permasalahan yang terdapat dilatar belakang maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana hubungan atribut produk terhadap proses keputusan pembelian produk kopi bubuk Juragan di Kabupaten Kubu Raya”.

## **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis hubungan atribut produk terhadap proses keputusan pembelian produk kopi bubuk Juragan di Kabupaten Kubu Raya.