



**ANALISIS PENGARUH DESAIN PRODUK, KUALITAS PRODUK DAN
KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK SANTI COLLECTION JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Oleh:

Lisa Mahayanti

NIM. 14.10.411.254

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER

2018

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Lisa Mahayanti

NIM : 1410411254

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benanya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: ANALISIS PENGARUH DESAIN PRODUK, KUALITAS PRODUK DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SANTI COLLECTION JEMBER, adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut dimuka hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 27 September 2018

Yang menyatakan,

Lisa Mahayanti

NIM. 14.10.411.254



ANALISIS PENGARUH DESAIN PRODUK, KUALITAS PRODUK DAN
KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK SANTI COLLECTION JEMBER

Oleh:
Lisa Mahayanti
NIM: 14.10.411.254

Pembimbing

Dosen Pembimbing Utama : Drs. Anwar, M. Sc

Dosen Pembimbing Pendamping : Achmad Hasan Hafidzi, SE, MM

PENGESAHAN

Skripsi berjudul: Analisis Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Santi Collection Jember, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 27 September 2018

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember



MOTTO

Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetap bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap.

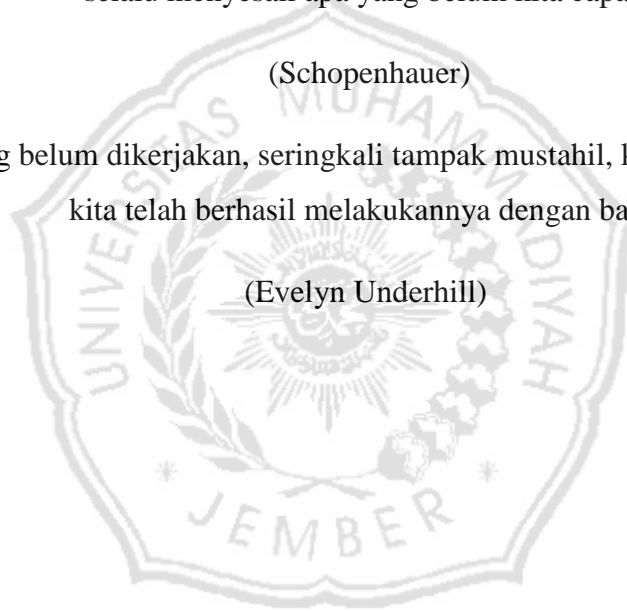
(QS. Al-Insyirah, 6-8)

Kebanyakan dari kita tidak mensyukuri apa yang sudah kita miliki, tetapi kita selalu menyesali apa yang belum kita capai.

(Schopenhauer)

Sesuatu yang belum dikerjakan, seringkali tampak mustahil, kita baru yakin kalau kita telah berhasil melakukannya dengan baik.

(Evelyn Underhill)



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Alhamdulillahirabbilalamin banyak nikmat yang Allah berikan tetapi sedikit yang kita ingat. Segala puji syukur kepada Allah SWT atas segala berkah, rahmat, taufik serta hidayahnya yang tidak terkira besarnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Santi Collection Jember”.

Maksud dan tujuan dari penulisan dan penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Ekonomi (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunannya, penulis memperoleh banyak bantuan dari berbagai pihak, karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar besarnya kepada:

1. Dr. Arik Susbiyani SE, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
2. Drs. Anwar, M.Sc, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah dan sekaligus dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
3. Achmad Hasan Hafidzi, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
4. Drs. M. Naely A, M.Si selaku Dosen Penguji skripsi yang bersedia memberikan saran, bimbingan dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.

5. Seluruh Staff Pengajar/dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis, khususnya Staff Pengajar Jurusan Manajemen.
6. Pihak Santi Collection Jember yang telah memberikan ijin untuk melakukan penelitian. Tanpa ijin dan bantuan dari beliau mungkin skripsi ini tidak akan selesai.
7. Almarhum bapak yang akan kukenang selamanya.
8. Ibuku yang selalu memberikan perhatian, kasih sayang yang tak terlukiskan serta semua doa yang tidak pernah luruh kau panjatkan untukku.
9. Kakak-kakaku dan keponakanku yang telah memotivasi dan penulisan skripsi ini
10. Sahabat-sahabatku yang senantiasa menjadi penyemangat dan menemani di setiap hariku.
11. Teman-teman seperjuangan Prodi Manajemen angkatan 2014 yang telah memberikan semangat dan dukungan.
12. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan semua namanya yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dari sanalah semua kesuksesan ini berawal, semoga semua ini bisa memberikan sedikit kebahagiaan dan menuntun pada langkah yang lebih baik lagi. Meskipun penulis berharap isi dari skripsi ini bebas dari kekurangan dan kesalahan, namun selalu ada yang kurang. Oleh karena itu , penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini dapat lebih baik lagi. Akhir kata penulis berharap agar agar skripsi ini bermanfaat bagi pembaca.

Jember, Sempember 2018

Penyusun

Lisa Mahayanti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PEMBIMBINGAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Tinjauan Teori.....	8
2.1.1 Pemasaran	8
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	8
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	9
2.1.4 Desain Produk	10
2.1.5 Kualitas Produk.....	11

2.1.6 Keragaman Produk.....	14
2.1.7 Keputusan Pembelian.....	16
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu	19
2.3 Kerangka Konseptual	22
2.4 Hipotesis Penelitian.....	24
BAB 3. METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Identifikasi Variabel.....	27
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	27
3.3 Desain Penelitian.....	29
3.4 Jenis Data	29
3.5 Populasi dan Sampel	30
3.6 Teknik Pengambilan Sampel.....	30
3.7 Metode Pengumpulan Data	31
3.8 Teknik Analisis Data	32
3.8.1 Uji Instrumen Pengumpulan Data.....	32
3.8.2 Analisis Regresi Linier Berganda	32
3.8.3 Uji Asumsi Klasik.....	33
3.8.4 Uji Hipotesis	34
3.8.5 Analisis Koefisien Determinasi.....	35
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	37
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	37
4.1.2 Deskripsi Statistik Responden	38
4.1.3 Analisis Deskriptif Pertanyaan Responden.....	39
4.2 Analisis Data	44
4.2.1 Uji Instrumen Data.....	44
4.2.2 Regresi Linier Berganda	46

4.2.3 Hasil Uji Asumsi Klasik	48
4.2.4 Uji Hipotesis	51
4.3 Pembahasan.....	53
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	58
5.1 Kesimpulan	58
5.2 Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA	60



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan	5
Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	22
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	38
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Menurut Usia	38
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan	39
Tabel 4.4 Frekuensi Pertanyaan Terhadap Desain Produk	40
Tabel 4.5 Frekuensi Pertanyaan Terhadap Kualitas Produk	41
Tabel 4.6 Frekuensi Pertanyaan Terhadap Keragaman Produk	42
Tabel 4.7 Frekuensi Pertanyaan Terhadap Keputusan Pembelian	43
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas	45
Tabel 4.9 Hasil Uji Reabilitas	46
Tabel 4.10 Hasil Regresi Linier Berganda	46
Tabel 4.11 Uji Multikolinearitas	48
Tabel 4.12 Uji Parsial (uji t)	52

GAMBAR TABEL

Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian	18
Gambar 2.2 Kerangka Konseptuan	23
Gambar 4.1 Uji Heteroskedestisitas	49
Gambar 4.2 Uji Normalitas	50



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Frekuensi Karakteristik Responden
- Lampiran 3. Rekapitulasi Responden
- Lampiran 4. Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Responden
- Lampiran 5. Hasil Uji Validitas
- Lampiran 6. Hasil Uji Reabilitas
- Lampiran 7. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda
- Lampiran 8. Hasil Uji Multikolinearitas
- Lampiran 9. Hasil Uji Heteroskedastisitas
- Lampiran 10. Hasil Uji Normalitas
- Lampiran 11. Tabel t
- Lampiran 12. Tabel r
- Lampiran 13. Dokumentasi

DAFTAR PUSTAKA

- Asshiddieqi, Fuad, Mudiantono. 2012. Analisis Pengaruh Harga, Desain Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus pada Produk Crooz di Distro Ultraa Store Semarang). Diponegoro *JOURNAL OF MANAGEMENT*.
- As-Sidiq, George Abdullah. 2013. Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor New Honda Tiger Revolution Cruiser Di Kota Palembang. *Skripsi* Fakultas Ekonomi Universitas IBA Palembang.
- Benson. 2007. *From business strategi to ITaction, Right decisions for a bottonline*. Jhon willey andsons, Inc, New jersey.
- Filayati, Fad'aq dan Arifin. 2015. Pengaruh Harga, Desain Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Distro Isnired Store Malang. *Jurnal Ekonomi* Manajemen Universitas Islam Malang.
- Garvin, David (n.d). Delapan Dimensi Kualitas Produk. <http://hadipurba.com/2008/10/30/delapan-dimensi-kualitas-david-garvin.html>
- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Multivariabel Dengan Program SPSS*. Edisi Keempat. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hair, Joseph F et al. 2006. *Multivarlate Data Analysis*. Fifth Edition. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Hidayati, Retno. 2011. Analisis Pengaruh Interaksi Harga Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Batik Eka Semarang. *Jurnal Ekonomi* Universitas Diponegoro Semarang.
- Jenu, Widjaja Tanjung, 2004. *Marketing Management, Pendekatan Pada Nilai-Nilai Pelanggan*. Bayu Media Publishing: Jawa Timur.
- Kamilah, Hufron dan Slamet. 2017. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Keragaman Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Pricess Malang. *Jurnal Ekonomi* Manajemen Universitas Islam Malang.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2012) *Marketing Management* (14 th ed). Pearson Prestice Hall. New Jersey.
- Kotler, Philip & Amstrong, G. 2012. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Edisi 13, Jilid1, Erlangga, Jakarta.

- Kuncoro, Mudrajad. 2009. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Erlangga, Jakarta.
- Pradana, Adhitya, 2010. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas, Produk, Desain Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota. *Skripsi* Program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Lampung.
- Rachman, Bayu Januar. 2014. Analisis Pengaruh Desain Produk Dan Promosi Terhadap Kemantapan Keputusan Pembelian Distro Jolly Roger Semarang. *Skripsi* Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
- Schiffman, Leon dan Leslie Lazar Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi Ketujuh. Cetakan Keempat. PT. Indeks. Jakarta.
- Septiawati, Eliya. 2017. Analisis Pengaruh Pelayanan, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Batik Keris Nonongan Surakarta. *Jurnal Ekonomi* Universitas Islam Batik Surakarta.
- Stanton William J, 2005. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Suyanto, M.2007. *Revolusi Bisnis*. Andi offset: Yogyakarta.
- Tena, Widjaja, 2004. *Marketing Management, Pendekatan Pada Nilai-Nilai Pelanggan*. Penerbit Bayu Media Publishing: Jawa Timur.
- Tengor, Kawet dan Loindong. 2016. Pengaruh Merek, Desain Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Pada Mahasiswa Stie Eben Haezar Manado. *Jurnal Ekonomi* Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*, Edisi III, Yogyakarta: Andi.
- Tunis, Anugrah Janwar dan Sopa Martina. 2016. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di The Secret Factory Outlet. *Jurnal Ekonomi Bisnis* Universitas BSI Bandung.
- Widya Utami, Cristina. 2006. *Manajemen Ritel Strategi dan Implementasi Ritel Modern*. Jakarta: Erlangga
- Yunida, tria Putri. 2017. Pengaruh Keragaman Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian MC Donald's Kedaton Di Bandar Lampung. *Skripsi* Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Lampung.