

ABSTRACT

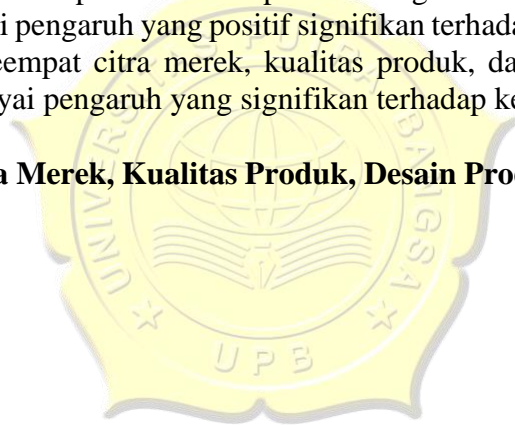
This research aims to determine the influence of brand image, product quality and product design on purchasing decisions for Eiger bag products in Kebumen. The problem raised in this research is the analysis of brand image, product quality and product design on purchasing decisions for Eiger bag products in Kebumen, with the aim of finding out how much influence they have partially or simultaneously. The sample data taken in this research were 100 consumers of Eiger bag products in Kebumen as respondents. The instrument or data collection tool in this research is using a questionnaire. The data analysis tool used in this research is multiple linear regression analysis. Data analysis techniques used include qualitative analysis and quantitative analysis consisting of validity test, reliability test, t test, F test, multiple linear regression analysis. Data were analyzed with the help of the SPSS Release 25 for Windows program. The results of the analysis prove that the first hypothesis is that brand image partially has a positive and significant influence on purchasing decisions. The results of the second hypothesis are that product quality partially has a positive and significant influence on performance. The results prove the third hypothesis that partial product design has a significant positive influence on purchasing decisions. The results of the fourth hypothesis are that brand image, product quality and product design simultaneously have a significant influence on purchasing decisions.

Keywords: Brand Image, Product Quality, Product Design, and Purchasing Decisions

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, kualitas produk, dan desain produk terhadap keputusan pembelian produk tas Eiger diKebumen. Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah Analisis citra merek, kualitas produk, dan desain produk terhadap keputusan pembelian produk tas Eiger diKebumen, dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh secara parsial maupun simultan. Data sampel yang diambil pada penelitian ini yaitu konsumen produk tas Eiger diKebumen yang berjumlah 100 sebagai responden. Instrumen atau alat pengumpulan data pada penelitian ini adalah menggunakan angket/kuesioner. Alat analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan analisis regresi linier berganda. Teknik analisis data yang digunakan antara lain analisis kualitatif dan analisis kuantitatif yang terdiri dari uji validitas, uji reliabilitas, uji t, uji F, analisis regresi linier berganda. Data dianalisis dengan bantuan *program SPSS Release 25 for Windows*. Hasil analisis membuktikan bahwa hipotesis pertama bahwa citra merek secara parsial mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil hipotesis ke dua bahwa kualitas produk secara parsial mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja. Hasil pembuktian hipotesis ketiga bahwa desain produk secara parsial mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil hipotesis keempat citra merek, kualitas produk, dan desain produk secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Desain Produk, dan Keputusan Pembelian.



HALAMAN MOTTO

Mendapatkan gelar sarjana perjuangannya begitu susah, tapi saya yakin setelah
menyandang gelar sarjana hidup saya akan lebih mudah.



HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua saya Bapak Karjo dan Ibu Istiyani yang selalu memberikan doa restu kasih sayang untuk saya.
2. Istri saya Inarotul Ngaeniyah dan anak saya Aushaf garvi althaf yang selalu menjadi motivasi bagi kehidupan.
3. Keluarga saya yang selalu memberikan doa restu kasih sayang untuk saya.



KATA PENGANTAR

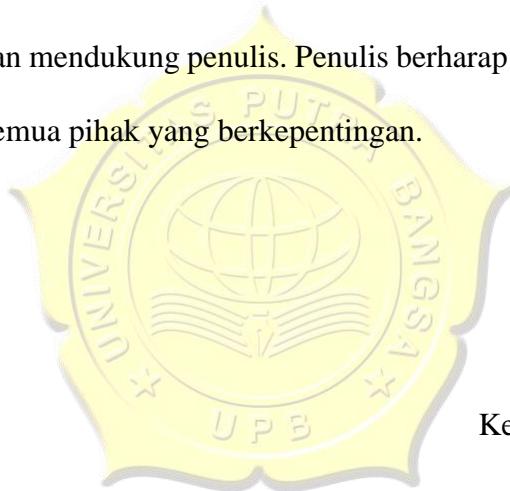
Puji syukur senantiasa penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang senantiasa melimpahkan rahmat, petunjuk dan karunia-Nya, sehingga dengan penolong-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul pengaruh citra merek, kualitas produk, dan desain produk terhadap keputusan pembelian produk tas Eiger di Kebumen. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa.

Skripsi ini merupakan salah satu tolak ukur keberhasilan penulis dalam mengimplementasikan ilmu yang didapat dibangku kuliah dengan kehidupan nyata khususnya dalam bidang ilmiah. Penulis telah menyusun skripsi ini dengan segenap kemampuan yang ada, menggunakan analisis berdasarkan teori serta bantuan beberapa literatur. Namun penulis sadar bahwa dalam penulisan skripsi ini tentulah masih banyak sekali kekurangan yang perlu diperbaiki, itu semua dikarenakan masih dangkalnya ilmu pengetahuan yang ada pada diri penulis dan oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan dengan perbaikan karya penulis dimasa yang akan datang.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang selalu memberikan bantuan baik fisik maupun motivasi dan dorongan dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Ibu Marynta Putri Pratama, S.E.,M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Segenap dosen dan civitas Akademika UPB Kebumen yang telah membantu dalam menyusun skripsi ini.
3. Semua responden atau konsumen produk tas Eiger di Kebumen yang telah memberikan waktunya kepada penulis untu mengambil data yang sangat diperlukan untuk keberlangsungan penulis skripsi.

Semoga Alloh SWT memberikan balasan yang baik kepada semua pihak yang telah membnatu dan mendukung penulis. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.



Kebumen, 13 Juni 2024

Penulis,

Sahrullatif

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN.....	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
ABSTRAKSI.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	9
1.3. Batasan Masalah	10
1.4. Tujuan Penelitian	12
1.5. Manfaat Penelitian	13
BAB II.....	15

KAJIAN PUSTAKA	15
2.1. Tinjauan Teori	15
2.1.1. Variabel Keputusan Pembelian	15
2.1.2. Variabel Citra Merek	21
2.1.3. Variabel Kualitas Produk.....	24
2.1.4. Variabel Desain Produk	27
2.2. Penelitian Terdahulu	30
2.3. Hubungan Antar Variabel.....	31
2.4. Model Empiris	33
2.5. Hipotesis	34
BAB III.....	35
METODE PENELITIAN	36
3.1. Objek dan Subjek Penelitian.....	36
3.2. Variabel Penelitian.....	36
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	37
3.4. Instrumen atau Alat Pengumpulan Data	40
3.5. Populasi dan Sampel.....	44
3.6. Teknik Analisis	45
BAB IV.....	52
ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1. Analisis Deskriptif	52
4.2. Analisis Statistik	55
4.3. Pembahasan	67
BAB V.....	71

SIMPULAN.....	71
5.1. Simpulan	71
5.2. Keterbatasan.....	72
5.3. Implikasi	72
5.3.1 Implikasi Praktis.....	72
5.3.2 Implikasi Teoritis	73
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN	81



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I-1 Top Brand	4
Tabel I-2 Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	6
Tabel 2-1 Hasil-hasil Ringkasan Penelitian Terdahulu	30
Tabel III-1 Distribusi Keputusan Pembelian pada Kuesioner	38
Tabel III-2 Distribusi Citra Merek pada Kuesioner	39
Tabel III-3 Distribusi Kualitas Produk pada Kuesioner	39
Tabel III-4 Distribusi Desain Produk pada Kuesioner	40
Tabel IV-1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel IV-2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	54
Tabel IV-3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan	54
Tabel IV-4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	55
Tabel IV-5 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek	56
Tabel IV-6 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	57
Tabel IV-7 Hasil Uji Validitas Variabel Desain Produk	57
Tabel IV-8 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	58
Tabel IV-9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian	59
Tabel IV-10 Hasil Uji Multikolinieritas	60
Tabel IV-11 Hasil Regresi Linier Berganda	62
Tabel IV-12 Hasil Uji Hipotesis	65
Tabel IV-13 Hasil Regresi Uji Simultan	66
Tabel IV-14 Hasil Regresi Koefisien Determinasi	67

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar II-1 Model Empiris	34
Gambar IV-1 Uji Heterokedastisitas	61
Gambar IV-2 Uji Normalitas	52



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Lampiran Kuesioner	78
2. Lampiran Data Responden	81
3. Lampiran Data Tabulasi Jawaban Responden	85
4. Lampiran Hasil SPSS	100
5. Lampiran r Tabel	105
6. Lampiran t Tabel	108
7. Lampiran F Tabel	110
8. Lampiran Kartu Bimbingan	126
9. Lampiran Kartu Seminar	126

