

HALAMAN MOTTO

“Jalur langit? Aku memang belum mendapatkan apa yang aku inginkan.
Tapi aku sudah mendapatkan keikhlasan dan ketenangan untuk melaluinya,
dan itu menurutku lebih indah”

-Resah Bercerita-



HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkatnya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua, terimakasih sbesar-besarnya penulis samoaikan kepada bapak dan ibu atas segala bentuk bantuan, dukungan, semangat dan doa yang diberikan selama ini. Terimakasih atas nasihat yang diberikan meski pikiran kita tak sejalan. Ibu dan Bapak tetap menjadi pengingat dan penguat yang paling hebat.
2. Terimakasih untuk diri sendiri, Anggun. Terimakasih sudah menepikanego dan memilih untuk kembali bangkit dan menyelesaikan semua ini. Terimakasih telah mengendalikan diri dari berbagai tekanan di luar keadaan dan tak pernah mau memutuskan untuk menyerah, kamu hebat, Anggun.
3. Terimakasih untuk Dosen pembimbing yang telah berkenan membimbing saya dan mengajari saya dengan tulus dan ikhlas.
4. Terimakasih untu teman-teman yang telah berperan banyak memberikan pengalaman dan pembelajaran selama di bangku kuliah.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh kualitas produk, desain produk, promosi dan *celebrity endorser* terhadap keputusan pembelian hijab voal Rabbani di Kebumen. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dengan menggunakan Teknik *nonprobability sampling* dengan jenis teknik *purposive sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan kuisioner. Sikap responden dikur dengan skala likert 4 dan data diolah dengan alat bantu SPSS (*Statistical Product and Srvce Solution*) for windows 25. Analisis data menggunakan analisis deskriptif, analisis statistic.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial kualitas produk, promosi dan *celebrity endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Desain produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian hijab voal Rabbani di Kabupaten Kebumen.

Kata Kunci: **Kualitas Produk, Desain Produk, Promosi, *Celebrity Endorser*, Keputusan Pembelian.**



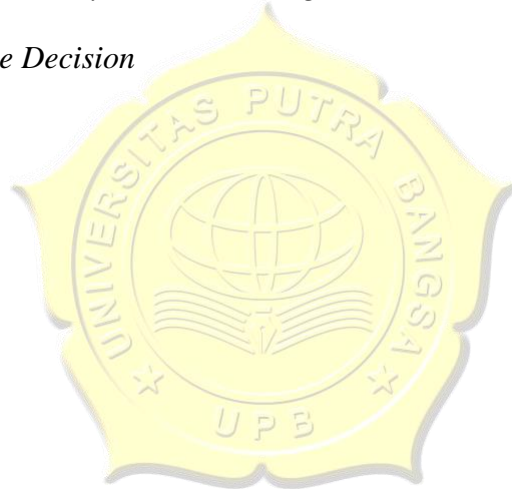
ABSTRACT

This research aims to analyze and determine the influence of product quality, product design, promotion and celebrity endorsers on purchasing decisions for Rabbani voal hijabs in Kebumen. The sample in this study was 100 respondents using a non-probability sampling technique with a purposive sampling technique. The data collection method uses a questionnaire. Respondents' attitudes were measured using a Likert scale of 4 and data was processed using SPSS (Statistical Product and Service Solution) tools for Windows 25. Data analysis used descriptive analysis, statistical analysis.

The results of this research show that partially product quality, promotion and celebrity endorsers have a positive and significant effect on purchasing decisions. Product design has no influence on purchasing decisions for Rabbani voal hijabs in Kebumen Regency.

Keywords: Product Quality, Product Design, Promotion, Celebrity Endorser,

Purchase Decision



KATA PENGANTAR

Puji syukur panelis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat yang telah memberikan kekuatan, kesehatan dan kesabaran dalam mengerjakan skripsi ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, DESAIN PRODUK, PROMOSI DAN CELEBRITY ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HIJAB VOAL RABBANI”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Strata-1 (S1) pada program studi Manajemen Universitas Putra Bangsa.

Skripsi ini merupakan salah satu tolak ukur keberhasilan penulis dalam mengimplementasikan dan mengaplikasikan ilmu yang didapat di bangku kuliah dengan realita kehidupan nyata, khususnya dalam bidang penelitian ilmiah. Penulis telah menyusun dengan segenap kemampuan yang ada, menggunakan analisis berdasarkan teori serta bantuan beberapa literatur. Penulis menyadari, penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan yang perlu diperbaiki, dikarenakan masih terbatasnya ilmu pengetahuan yang dimiliki penulis.

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

1. Ibu Dewi Noor Susanti, S.T., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberi arahan dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Segenap dosen, karyawan dan akademik Universitas Putra Bangsa yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.
3. Semua responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi data kuisioner yang sangat diperlukan dalam keberlangsungan penulisan skripsi.
4. Teman-teman seperjuangan yang senantiasa menjadi penyemangat.
5. Semua pihak yang telah membantu terselesainya skripsi ini dari awal sampai akhir.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Kebumen, 19 Juni 2024

Penulis

Anggun Ana Rizki
NIM 205504022



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	14
1.3 Batasan Masalah.....	15
1.4 Tujuan Penelitian	18
1.5 Manfaat Penelitian	18
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	18
1.5.2 Manfaat Praktis	19
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	20
2.1 Tinjauan Teori.....	20
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	20
2.1.2 Kualitas Produk.....	24
2.1.3 Desain Produk	26
2.1.4 Promosi	28
2.1.5 <i>Celebrity Endorser</i>	31
2.2 Penelitian Terdahulu	33
2.3 Model Empiris	42

2.4	Hipotesis	43
BAB III	METODE PENELITIAN	45
3.1	Objek dan Subjek Penelitian	45
3.1.1	Objek Penelitian	45
3.1.2	Subjek Penelitian.....	45
3.2	Definisi Operasional	45
3.2.1	Variabel Terkait (<i>Dependent</i>)	46
3.2.2	Variabel Bebas (<i>Independent</i>).....	46
3.3	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	46
3.4	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	50
3.5	Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.5.1	Jenis Data	52
3.5.2	Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.6	Populasi dan Sampel	54
3.6.1	Populasi Penelitian.....	54
3.6.2	Sampel Penelitian.....	55
3.7	Teknik Analisis	57
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	57
3.7.2	Analisis Statistik.....	57
BAB IV	ANALIS DAN PEMBAHASAN	67
4.1	Analisis Deskriptif	67
4.1.1	Gambaran Perusahaan Umum.....	67
4.1.2	Distribusi Kuisioner	68
4.1.3	Karakteristik Responden	68
4.2	Analisis Statistik	73
4.2.1	Uji Instrumen Validitas dan Reabilitas	73
4.2.2	Uji Asumsi Klasik.....	78
4.2.3	Uji Analisis Regresi Berganda	81
4.2.2	Uji Hipotesis	84
4.3	Pembahasan	88
4.3.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	88
4.3.2	Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan	

	Pembelian.....	89
4.3.3	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	91
4.3.4	Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	92
BAB V	SIMPULAN	93
5.1	Simpulan	93
5.2	Keterbatasan.....	94
5.3	Implikasi	94
5.3.1	Implikasi Praktis	95
5.3.2	Implikasi Teoritis	96
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN	103



DAFTAR TABEL

Tabel I-1	Top Brand Award Katagori Hijab Bermerek 2021-2023	5
Tabel I-2	Data Observasi Pengguna Hijab di Kabupaten di Kebumen	7
Tabel I-3	Data Mini Riset Pengguna Hijab di Kabupaten Kebumen	9
Tabel II-1	Ringkasan Penelitian Terdahulu	36
Tabel III-1	Distribusi dan Indikator Keputusan Pembelian Pemelan (Y) pada Kuisisioner	47
Tabel III-2	Distribusi dan Indikator Kualitas Produk (X1) pada Kuisisioner.....	48
Tabel III-3	Distribusi dan Indikator Desain Produk (X2) pada Kuisisioner.....	48
Tabel III-4	Distribusi dan Indikator Promosi (X3) pada Kuisisioner	49
Tabel III-5	Distribusi dan Indikator Celebrity Endorser (X4) pada Kuisisioner	50
Tabel IV-1	Distribusi Kuisisioner.....	68
Tabel IV-2	Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat	69
Tabel IV-3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	70
Tabel IV-4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	71
Tabel IV-5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	72
Tabel IV-6	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X1)	74
Tabel IV-7	Hasil Uji Validitas Variabel Desain Produk (X2).....	75
Tabel IV-8	Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X3).....	75
Tabel IV-9	Hasil Uji Validitas Variabel Celebrity Endorser (X4).....	76
Tabel IV-10	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	76
Tabel IV-11	Hasil Uji Reliabilitas.....	77
Tabel IV-12	Hasil Uji Multikolineritas	78
Tabel IV-13	Hasil Uji Kolomogorov-smirnov.....	81
Tabel IV-14	Hasil Uji Analisis Regresi Berganda	82
Tabel IV-15	Hasil uji Parsial (Uji t).....	84
Tabel IV-16	Hasil Uji Simulatan (Uji F).....	87
Tabel IV-17	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar II-1 Model Empiris	43
Gambar IV-1 Hasil Uji Heteroskedasitas	79
Gambar IV-2 Hasil Uji Normalitas.....	80



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Kuesioner Penelitian.....	104
Lampiran 2.	Data Responden.....	107
Lampiran 3.	Data Tabulasi.....	112
Lampiran 4.	Hasil Uji Instrumen	116
Lampiran 5.	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	120
Lampiran 6.	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	121
Lampiran 7.	Hasil Uji Hipotesis	122
Lampiran 8.	r Tabel.....	123
Lampiran 9.	t Tabel.....	126
Lampiran 10.	F Tabel.....	129
Lampiran 11.	Kartu Konsultasi Skripsi.....	131
Lampiran 12.	Kartu Tanda Peserta Seminar Proposal Skripsi.....	132

