HUBUNGAN DESAIN PRODUK, CITRA MEREK, DAN KUALITAS PRODUK DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN BAN MOBIL MEREK BRIDGESTONE

(Studi Kasus pada Toko Griya Ban Bridgestone, Harapan Indah, Bekasi)

SKRIPSI

OLEH :

RISNA PRAGIA
2113000103

PROGRAM STUDI S-1 MANAJAMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2019

HUBUNGAN DESAIN PRODUK, CITRA MEREK, DAN KUALITAS PRODUK DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN BAN MOBIL MEREK BRIDGESTONE

(Studi Kasus pada Toko Griya Ban Bridgestone, Harapan Indah, Bekasi)

SKRIPSI

OLEH :

RISNA PRAGIA
2113000103

SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN

PERSYARATAN MENJADI SARJANA MANAJEMEN

PROGRAM STUDI S-1 MANAJAMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2019

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

HUBUNGAN DESAIN PRODUK, CITRA MEREK, DAN KUALITAS PRODUK DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN BAN MOBIL MEREK BRIDGESTONE

(Studi Kasus pada Toko Griya Ban Bridgestone, Harapan Indah, Bekasi)

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari skripsi yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 8 Februari 2019

METERAI TEMPEL
TGL. 20
54CAFF736515328
6000
ENAM RIBU RUPIAH

RISNA PRAGIA
NPM 2113000103

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul :

HUBUNGAN DESAIN PRODUK, CITRA MEREK, DAN KUALITAS PRODUK DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN BAN MOBIL MEREK BRIDGESTONE

(Studi Kasus pada Toko Griya Ban Bridgestone, Harapan Indah, Bekasi)

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Ekonomi (SE) dengan Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI). Skripsi ini ditulis dibawah bimbingan Drs. Subekti S Hadi, M.Sc dan diketahui oleh Kepala Program Studi Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

Jakarta, 8 Februari 2019

Menyetujui Pembimbing	Mengetahui Kepala Program Studi S-1 Manajemen,
Drs. Subekti S Hadi, M.Sc	Drs. Sumitro, M.Sc

PANITIA PENGUJI SKRIPSI

Skripsi dengan judul :

HUBUNGAN DESAIN PRODUK, CITRA MEREK, DAN KUALITAS PRODUK DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN BAN MOBIL MEREK BRIDGESTONE

(Studi Kasus pada Toko Griya Ban Bridgestone, Harapan Indah, Bekasi)

telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) pada tanggal 05 Maret 2019 dengan nilai A

Panitia Ujian Skripsi :

1.....; Drs. Sumitro, M.Sc
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)

2.....; Muhammad Ramaditya, BBA., M,Sc
(Sekretaris)

3.....; Drs. Subekti S Hadi, M.Sc
(Pembimbing)

4.....; Dr. Ir. Meita Pragiwani, MM
(Anggota Penguji)

5.....; Drs. Jusuf Hariyanto, MSc
(Anggota penguji)

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan atas ke hadirat Allah SWT berkat karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian, persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini disampaikan ungkapan terima kasih yang setulusnya kepada :

1. Bapak Drs. Subekti S Hadi, M.Sc selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Drs. Sumitro, M.Sc selaku Kepala Program Studi S-I Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
3. Bapak dan Ibu selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
4. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, M.Sc selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
5. Pihak Toko Griya Ban Bridgestone, Harapan Indah, Bekasi yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang peneliti perlukan.
6. Orang tua dan keluarga penulis yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, dan
7. Sahabat yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan/kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan skripsi ini.

Jakarta, 8Februari 2019

RISNA PRAGIA
NPM 2113000103

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	: Risna Pragia
NPM	: 2113000103
Program Studi	: S1 Manajemen
Jenis Karya	: Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right)*** atas skripsi saya yang berjudul :

HUBUNGAN DESAIN PRODUK, CITRA MEREK, DAN KUALITAS PRODUK DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN BAN MOBIL MEREK BRIDGESTONE
(Studi Kasus pada Toko Griya Ban Bridgestone, Harapan Indah, Bekasi)

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di	: Jakarta
Pada tanggal	: 8 Februari 2019

Yang menyatakan,

Risna Pragia

Risna Pragia
NPM 2113000103
Program Studi S-I Manajemen

Dosen pembimbing
Drs. Subekti S Hadi, M.Sc

HUBUNGAN DESAIN PRODUK, CITRA MEREK, DAN KUALITAS PRODUK DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN BAN MOBIL MEREK BRIDGESTONE
(Studi Kasus pada Toko Griya Ban Bridgestone, Harapan Indah, Bekasi)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan desain produk, citra merek, dan kualitas produk dengan keputusan pembelian Ban Mobil

Penelitian menyimpulkan Bridgestone pada Toko Griya Ban BridgestoneHarapan IndahBekasi, secara parsial dan simultan.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna dan pembeli Ban Mobil Merek Bridgestone di Toko Griya Ban Bridgestone, Harapan Indah, Bekasi, sedangkan sampel ditetapkan 100 responden. Metode analisis yang digunakan adalah uji validitas dan reliabilitas, analisis koefisien korelasi dan uji hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan 1)Desain produk tidak memiliki hubungan positif dan signifikan dengan keputusan pembelian dengan nilai korelasi parsial sebesar 0,089, yang berarti hubungan desain produk dengan keputusan pembelian adalah sangat lemah, 2) Citra merek memiliki hubungan positif dan signifikan dengan keputusan pembelian dengan nilai korelasi parsial sebesar 0,462, yang berarti hubungan citra merek dengan keputusan pembelian adalah sedang, 3) Kualitas produk memiliki hubungan positif dan signifikan dengan keputusan pembelian dengan nilai korelasi parsial sebesar 0,660, yang berarti hubungan kualitas produk dengan keputusan pembelian adalah kuat, 4) Desain produk, citra merek dan kualitas produk secara bersama-sama memiliki hubungan positif dan signifikan dengan keputusan pembelian dengan nilai koefisien korelasi berganda sebesar 0,942, menunjukkan hubungan antara desain produk, citra merek, dan kualitas produk dengan keputusan pembelian adalah sangat kuat.

Bahwa secara parsial hanya citra merek dan kualitas produk yang memiliki hubungan positif dan signifikan dengan keputusan pembelian, sedangkan desain produk tidak memiliki hubungan positif dan signifikan dengan keputusan pembelian.Adapun secara simultan desain produk, citra merek, dan kualitas produk memiliki hubungan positif dan signifikan dengan keputusan pembelian.

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

Risna Pragia
ID Number 2113000103
Study Program S-1 Management

Advisor :
Drs. Subekti S Hadi, M.Sc

THE RELATIONSHIP OF PRODUCT DESIGN, BRAND IMAGE, AND PRODUCT QUALITY ON PURCHASE DECISIONS OF BRIDGESTONE BRAND CAR TIRES

(Case Studyin Griya Ban Bridgestone Store, Harapan Indah, Bekasi)

ABSTRACT

This study aims to determine the relationship of product design, brand image, and product quality on purchase decisions Bridgestone Car Tires in Griya Ban Bridgestone Store Harapan Indah Bekasi, partially and simultaneously.

The research method used in this study was associative. The population in this study were users and buyers of Bridgestone Brand Car Tires in Griya Ban Bridgestone Store Harapan Indah Bekasi, while the sample was determined by 100 respondents. The analytical method used is validity and reliability test, coefficient correlation analysis and hypothesis test.

The results showed 1) Product design does not have a positive and significant relationship to purchasing decisions with a partial correlation value amouting of 0.089, which means the relationship between product design with purchasing decisions is very weak, 2) Brand image has a positive and significant relationship to purchasing decisions with partial correlation values amounting of 0.462, which means the relationship brand image with purchasing decisions is moderate, 3) Product quality has a positive and significant relationship to purchasing decisions with a partial correlation valuesamounting of 0.660, which means the relationship between product quality with purchasing decisions is strong, 4) Product design, image brand and product quality together have a positive and significant relationship to purchasing decisions with a multiple correlation coefficient values amounting of 0.942, indicating the relationship between product design, brand image and product quality with purchasing decision is very strong.

The study concluded that partially only brand image and product quality have a positive and significant relationship on purchasing decisions, while product design does not have a positive and significant relationship on purchasing decisions. The simultaneous product design, brand image, and product quality have a positive and significant relationship with purchasing decisions.

Keywords : Product Design, Brand Image, Product Quality, Purchase Decision

DAFTAR ISI

Halaman

SAMPUL DALAM i

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI ii

PERSETUJUAN PEMBIMBING iii

HALAMAN PENGESAHAN iv

KATA PENGANTAR v

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS vi

ABSTRAK vii

ABSTRACT viii

DAFTAR ISI ix

DAFTAR TABEL xiii

DAFTAR GAMBAR xiv

DAFTAR LAMPIRAN xv

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1. Masalah Penelitian 1

1.2. Perumusan Masalah Pokok 4

1.3. Tujuan Penelitian 5

1.4. Manfaat Penelitian 5

BAB II KAJIAN PUSTAKA 6

2.1. Review Penelitian Terdahulu 6

2.2. Landasan Teori 12

2.2.1. Keputusan pembelian 12

2.2.2. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen 16

2.2.3. Atribut produk 17

2.2.4. Desain produk 18

2.2.5. Merek 20

2.2.6. Citra merek 22

Halaman

2.2.6.1. Pengukuran Citra Merk 22

2.2.7. Pengertian produk 23

2.2.8. Kualitas produk 24

2.3. Hubungan antar Variabel Penelitian 25

2.3.1. Hubungan desain produk dengan keputusan pembelian 25

2.3.2. Hubungan citra merek dengan keputusan pembelian 26

2.3.3. Hubungan kualitas produk dengan keputusan pembelian 26

2.3.4. Hubungan desain produk, citra merek dan kualitas produk dengan keputusan pembelian..... 27

2.4. Kerangka Konseptual Penelitian 28

BAB III METODA PENELITIAN 29

3.1. Strategi Penelitian 29

3.2. Populasi dan Sampel Penelitian 29

3.2.1. Populasi penelitian 29

3.2.2. Sampel penelitian 29

3.3. Data dan Metode Pengumpulan Data..... 30

3.4. Operasionalisasi Variabel..... 31

3.4.1. Uji validitas 33

3.4.2. Uji reliabilitas 33

3.5. Metode Analisis Data 33

3.5.1. Pengolahan data..... 33

3.5.2. Penyajian data 33

3.5.3. Analisa statistika data 34

3.5.3.1. Analisis koefisien korelasi parsial..... 34

3.5.3.2. Analisis koefisien korelasi berganda..... 36

3.6. Pengujian Hipotesis 37

BAB IV HASILPENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... 39

4.1. Deskripsi Objek Penelitian..... 39

Halaman

4.2. Deskripsi Responden 41

4.3. Deskripsi Data 42

4.3.1. Variabel desain produk (X_1) 42

4.3.2. Variabel citra merek (X_2) 43

4.3.3. Variabel kualitas produk (X_3) 44

4.3.4. Variabel keputusan pembelian (Y) 45

4.4. Uji Validitas dan Reliabilitas 47

4.4.1. Uji validitas 47

4.4.2. Uji reliabilitas 48

4.5. Analisis Koefisien Korelasi 49

4.5.1. Analisis koefisien korelasi parsial 49

4.5.2. Analisis koefisien korelasi berganda 51

4.6. Pengujian Hipotesis 51

4.6.1. Pengujian secara parsial 51

4.6.2. Pengujian secara simultan 53

4.7. Temuan Hasil Penelitian 54

4.7.1. Hubungan desain produk dengan keputusan pembelian 54

4.7.2. Hubungan citra merek dengan keputusan pembelian 55

4.7.3. Hubungan kualitas produk dengan keputusan pembelian 56

4.7.4. Hubungan desain produk, citra merek dan kualitas produk dengan keputusan pembelian 57

BAB V SIMPULAN DAN SARAN 58

5.1. Simpulan 58

5.2. Saran 58

5.3. Keterbatasan Penelitian dan Pengembangan Penelitian Selanjutnya 59

5.3.1. Keterbatasan penelitian 59

5.3.2. Pengembangan penelitian selanjutnya 59

Halaman

DAFTAR REFERENSI **60**

LAMPIRAN **62**

DAFTAR RIWAYAT HIDUP **83**

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1. Tabel Brand Index Ban Mobil Tahun 2015-2017 3

Tabel 3.1. Skala Likert 32

Tabel 3.2. Indikator Variabel Penelitian 32

Tabel 3.3. Interpretasi Koefisien Korelasi 36

Tabel 4.1. Deskripsi Responden 41

Tabel 4.2. Data Responden Berdasarkan Pekerjaan 41

Tabel 4.3. Data Responden Berdasarkan Keterkaitan Menggunakan Ban Mobil Merek Bridgestone 42

Tabel 4.4. Rekapitulasi Tanggapan Responden tentang DesainProduk (X_1) 43

Tabel 4.5. Rekapitulasi Tanggapan Responden tentang Citra Merek (X_2) 44

Tabel 4.6. Rekapitulasi Tanggapan Responden tentang Kualitas Produk (X_3) 45

Tabel 4.7. Rekapitulasi Tanggapan Responden tentang Keputusan Pembelian (Y) 46

Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas Desain Produk (X_1) 47

Tabel 4.9. Hasil Uji Validitas Citra Merek (X_2) 47

Tabel 4.10. Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X_3) 48

Tabel 4.11. Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y) 48

Tabel 4.12. Hasil Uji Reliabilitas 48

Tabel 4.13. Korelasi Parsial Desain Produk (X_1) dengan Keputusan Pembelian (Y) 49

Tabel 4.14. Korelasi Parsial Citra Merek (X_2) dengan Keputusan Pembelian (Y) 50

Tabel 4.15. Korelasi Parsial Kualitas Produk (X_3) dengan Keputusan Pembelian (Y) 50

Tabel 4.16. Korelasi Berganda Desain Produk, Citra Merek dan Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian 51

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1. Paradigma 28

Gambar 4.1. Struktur Organisasi Toko Griya Ban Bridgestone, Harapan Indah, Bekasi..... 40

Gambar 4.2. Diagram Skala *Likert* variabel Desain Produk (X_1) 43

Gambar 4.3. Diagram Skala *Likert* Variabel Citra Merek (X_2)..... 44

Gambar 4.4. Diagram Skala *Likert* Variabel Kualitas Produk (X_3) 45

Gambar 4.5. Diagram Skala *Likert* Variabel Keputusan Pembelian (Y) 46

Gambar 4.6. Bagan Rangkuman Hasil Penelitian 54

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman n

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian 62

Lampiran 2. Deskripsi Responden..... 65

Lampiran 3. Rekapitulasi Data Variabel Desain Produk (X_1)..... 66

Lampiran 4. Rekapitulasi Data Variabel Citra Merek (X_2) 68

Lampiran 5. Rekapitulasi Data Variabel Kualitas Produk (X_3)..... 70

Lampiran 6. Rekapitulasi Data Variabel Keputusan Pembelian (Y)..... 72

Lampiran 7. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Desain Produk (X_1) 74

Lampiran 8. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Citra Merek (X_2) 75

Lampiran 9. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X_3)..... 76

Lampiran 10. Hasil Uji validitas dan Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) 77

Lampiran 11. Data Berpasangan Variabel Penelitian..... 78

Lampiran 12. Hasil Uji Koefisien Korelasi Parsial 80

Lampiran 13. Hasil Uji Koefisien Korelasi Berganda..... 81

Lampiran 14. Surat Keterangan Riset..... 82