

**PENGARUH DESAIN PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN WARDAH INSTAPERFECT DI WILAYAH SURABAYA BARAT**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh:

THAMARA RAMADHANI

NPM : 15420103

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

2019

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Thamara Ramadhani
NPM : 15420103
Alamat : JL. Manukan Rukun 1 Blok 18A/No.12, Surabaya
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

“Pengaruh Desain Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Wardah Instaperfect Di Wilayah Surabaya Barat” adalah benar-benar karya saya sendiri dan bebas dari plagiat.

Surabaya,.....

Yang membuat pernyataan



(Thamara Ramadhani)

NPM : 15420103

SKRIPSI

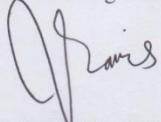
PENGARUH DESAIN PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN WARDAH INSTAPERFECT DI WILAYAH
SURABAYA BARAT

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Thamara Ramadhani
NPM : 15420103

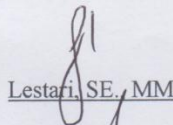
Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama

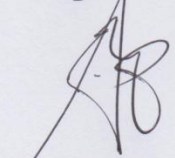


Evianah, SE., M.Si.

Anggota Dewan Penguji Lain



Lestari, SE., MM



Djojo Dihadjo, SE., MM., M.Ak.

Skripsi Ini Telah Di Terima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Tanggal... 12 - 8 - 2019



Dr. Siti Djamilah, SE., M.Si
Ketua Program Studi

SKRIPSI

PENGARUH DESAIN PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN WARDAH INSTAPERFECT DI WILAYAH
SURABAYA BARAT

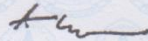
Diajukan Oleh:

THAMARA RAMADHANI

NPM : 15420103

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH :

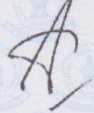
DOSEN PEMBIMBING I



HENDRA PRASETYA, SE, M.Ak.

Tanggal, 20 Juni 2019

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. SITI DJAMILAH, S.E, M.Si.

Tanggal, 20-6-2019

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur bagi Allah SWT atas segala kenikmatan anugerah-Nya yang tiada terkira, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dalam rangka memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Adapun judul skripsi ini adalah “**Pengaruh Desain Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Wardah Instaperfect Di Wilayah Surabaya Barat**”. Skripsi ini membahas tentang pengaruh desain produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian wardah instaperfect di wilayah Surabaya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan, bimbingan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi. Pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. H. Sri Harmadji dr.SP, THT-KL (K) selaku rector Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec. Gimanto Gunawan, M.M, M.Ak selaku dekan fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Ibu Dr. Siti Djamilah, S.E, MSi selaku ketua program studi manajemen fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Ibu Maqbula Arochman, S.E, M.Ak selaku dosen wali.
5. Bapak Hendra Prasetya, SE, M.Ak selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan tenaga, serta mencurahkan ilmunya untuk membimbing penulis dengan sabar sehingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.

6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan bisnis Universitas Wijaya Kusumua Surabaya yang telah membimbing, mengajar, dan mendidik penulis selama menjadi mahasiswa.

7. Untuk kedua orang tua penulis Bapak Ir. Moh. Thamrin dan Ibu Nurita atas doa, bimbingan, kasih sayang yang telah dicurahkan kepada penulis mulai dari kecil hingga saat ini penulis dapat menyelesaikan pendidikan sarjana.

8. Semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak khususnya dalam bidang manajemen pemasaran.

Surabaya, 18 Juni 2019

Penulis

(Thamara Ramadhani)

ABSTRAKSI

PENGARUH DESAIN PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN WARDAH INSTAPERFECT DI WILAYAH SURABAYA

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh desain produk dan citra merek secara parsial terhadap keputusan pembelian wardah instaperfect di wilayah Surabaya. Variabel bebas terdiri atas desain produk dan citra merek, sedangkan variabel terikat adalah keputusan pembelian. Dalam penelitian ini, penentuan sampel dilakukan dengan metode non probability sampling dengan metode purposive sampling jumlah sample yang digunakan dalam penelitian ini adalah 73 orang responden. Responden dalam penelitian ini adalah wanita berusia minimal 17 tahun, responden harus berdomisili di Surabaya Barat. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, teknik analisis regresi linier berganda, uji hipotesis (uji t).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa uji t dapat diketahui bahwa t hitung untuk variabel desain produk sebesar 1,923 lebih kecil dari t tabel sebesar 1,9944 didukung pula dengan tingkat signifikansi sebesar 0,059 lebih besar dari 0,05. Jadi dapat dikatakan bahwa variabel desain produk secara parsial mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap keputusan pembelian wardah instaperfect di wilayah Surabaya barat. Berdasarkan hasil uji t dapat diketahui bahwa t hitung untuk variabel citra merek sebesar 4,501 lebih besar dari t tabel sebesar 1,9944 didukung pula dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Jadi dapat dikatakan bahwa citra merek secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian Wardah Instaperfect di wilayah Surabaya Barat.

Kata Kunci : desain produk, citra merek, keputusan pembelian.

ABSTRACTION

This study discusses product design and brand image of the instaperfect wardah purchasing decisions in the Surabaya region. The independent variable consists of product design and brand image, while the agreed variable is a purchasing decision. In this study, sampling was done by non probability sampling method with purposive sampling method the number of samples used in this study were 73 respondents. Respondents in this study were female participants of at least 17 years, respondents had to live in West Surabaya. The analysis technique used in this study is the validity test, reliability test, multiple linear regression analysis, hypothesis testing (t test).

The results showed that the t test can be seen that t count for the Product Design variable of 1.923 smaller than t table of 1.9944 is also supported by a significance level of 0.059 greater than 0.05. So it can be said that the product design variable partially has an insignificant influence on the purchase decision of the instaperfect wardah in the western Surabaya area. Based on the results of the t test it can be seen that t count for the brand image variable of 4.501 more than the t table of 1.9944 is also supported by a significance level of 0.000 less than 0.05. So it can be said that the brand image partially has a significant influence on Wardah Instaperfect purchasing decisions in the West Surabaya area.

Keywords: product design, brand image, purchase decision.

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Surat Pernyataan Bebas Plagiat.....	ii
Halaman Persetujuan.....	iii
Halaman Susunan Dewan Penguji.....	iv
Kata Pengantar.....	v
Daftar isi.....	vii
Daftar Tabel.....	x
Daftar Gambar.....	xi
Daftar Lampiran.....	xii
Abstrak.....	xiii
BAB I	PENDAHULUAN
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II	TELAAH PUSTAKA
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Pemasaran.....	7
2.1.2 Desain Produk	8
2.1.2.1 Pengertian Desain Produk.....	8
2.1.2.2 Strategi Desain Produk.....	9
2.1.2.3 Tujuan Desain Produk.....	9
2.1.2.4 Terdapat 7 Parameter Desain Produk.....	10
2.1.3 Citra merek.....	12
2.1.3.1 Pengertian Citra Merek.....	12
2.1.3.2 Manfaat Citra Merek.....	13

2.1.3.3 Faktor-Faktor Pembentuk Citra Merek.....	13
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	14
2.1.4.1 Pengertian keputusan pembelian.....	14
2.1.4.2 Faktor-Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.....	15
2.1.4.3 Langkah-langkah keputusan pembelian.....	19
2.1.5 Hubungan Antar Variabel.....	22
2.1.5.1 Hubungan Desain Produk Dengan Keputusan Pembelian.....	22
2.1.5.2 Hubungan Citra Merek dengan Keputusan Pembelian.....	22
2.2 Penelitian Sebelumnya.....	23
2.3 Hipotesis dan Model Analisis.....	28
2.3.1 Hipotesis.....	28
2.3.2 Model Analisis.....	28

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian.....	29
3.2 Populasi dan Sampel.....	29
3.2.1 Populasi.....	29
3.2.2 Sampel.....	30
3.3 Identifikasi Variabel.....	31
3.4 Definisi Operasional.....	31
3.4.1 Desain Produk (X1).....	31
3.4.2 Citra Merek (X2).....	32
3.4.3 Keputusan Pembelian.....	32
3.5 Jenis dan Sumber Data.....	33
3.6 Prosedur Pengumpulan Data.....	34
3.7 Teknik Analisis.....	34
3.7.1 Uji Validitas.....	34
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	35
3.7.3 Teknik Analisis Regresi Linier Berganda.....	35

3.7.4 Koefisien Determinasi Berganda (R^2).....	36
3.7.5 Uji Hipotesis (Uji t).....	36

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum PT. Paragon Technology And Innovation (Wardah).....	39
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	39
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	41
4.1.3 Struktur Organisasi.....	42
4.2 Hasil Penelitian.....	43
4.2.1 Data Identitas Responden.....	43
4.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian.....	49
4.3 Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	55
4.3.1 Hasil Uji Validitas.....	55
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	57
4.3.3 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	57
4.3.4 Hasil Uji Koefisien Determinasi Berganda (R^2).....	59
4.3.5 Uji Hipotesis (Uji t).....	60
4.4 Pembahasan.....	64

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan.....	67
5.2 Saran.....	67

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

Daftar Tabel

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	39
Tabel 4.2 Karakteristik responden berdasarkan status pernikahan.....	40
Tabel 4.3 Karakteristik responden berdasarkan domisili Surabaya Barat.....	40
Tabel 4.4 Karakteristik responden berdasarkan Usia.....	41
Tabel 4.5 Karakteristik responden berdasarkan Pendidikan terakhir.....	42
Tabel 4.6 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan.....	43
Tabel 4.7 Karakteristik responden berdasarkan penghasilan rata-rata perbulan.....	44
Tabel 4.8 Interval kategori responden.....	45
Tabel 4.9 Jawaban responden mengenai variabel desain produk (X1).....	46
Tabel 4.10 Jawaban responden mengenai variabel citra merek (X2).....	48
Tabel 4.11 Jawaban responden mengenai variabel keputusan pembelian.....	50
Tabel 4.12 Hasil uji validitas.....	51
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas.....	52
Tabel 4.14 Hasil uji koefisien determinasi berganda (R ²).....	53
Tabel 4.15 Hasil uji t.....	54

Daftar Gambar

2.1 Model Analisis.....	28
3.1 Kurva Distribusi T.....	38
4.1 Struktur Organisasi.....	42
4.2 Kurva Uji t untuk variabel desain produk (X1).....	62
4.3 Kurva Uji t untuk variabel citra merek (X2).....	64

Daftar Lampiran

Lampiran 1 : Kuisisioner

Lampiran 2 : Input SPSS

Lampiran 3 : Output SPSS

Lampiran 4 : Tabel t