

**PENGARUH DESAIN PRODUK,
KEPERCAYAAN, DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
PT INDO RETRO DECO**

SKRIPSI



**Oleh:
Dia Suci Amelia Sari
190910305**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
2023**

**PENGARUH DESAIN PRODUK,
KEPERCAYAAN, DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
PT INDO RETRO DECO**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh:
Dia Suci Amelia Sari
190910305**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
2023**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Dia Suci Amelia Sari
NPM : 190910305
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa "Skripsi" yang saya buat dengan judul:
**PENGARUH DESAIN PRODUK, KEPERCAYAAN, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT INDO RETRO DECO**

Adalah hasil karya sendiri dan bukan "duplikasi" dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip di dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun

Batam, 14 Januari 2023



Dia Suci Amelia Sari
190910305

**PENGARUH DESAIN PRODUK,
KEPERCAYAAN, DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
PT INDO RETRO DECO**

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana

Oleh:
Dia Suci Anella Sari
190910305

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini

Batam, 14 Januari 2023


Sarungu, S.E., M.Sc.
Pembimbing



ABSTRAK

Pada era bisnis sekarang, persaingan para pelaku bisnis sangatlah ketat. Persaingan yang sangat ketat ini tentu saja membuat para pelaku bisnis harus menghasilkan inovasi baru agar kebutuhan yang diinginkan dari para konsumen dapat disesuaikan. Tujuan penelitiannya ini untuk mengetahui pengaruh desain produk, kepercayaan, dan promosi terhadap keputusan pembelian pada PT Indo Retro Deco. Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif dengan menentukan sampel sebanyak 140 responden pada PT Indo Retro Deco dengan menerapkan sampel jenuh. Kuesioner di gunakan sebagai teknik dalam mengumpulkan data. Dengan bantuan SPSS 25, teknik penganalisaan data mencakup uji statistik deskriptif, uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji pengaruh, dan uji hipotesis. Berdasarkan hasil regresi linier berganda, desain produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan sig. $0,00 < 0,05$, kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan sig. $0,00 < 0,05$ dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan sig. $0,04 < 0,05$. Selain itu, desain produk, kepercayaan, dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT Indo Retro Deco sebesar 43,3% berdasar hasil uji koefisien determinasi. Berdasarkan hasil uji hipotesis didapatkan bahwa desain produk, kepercayaan, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial maupun secara simultan terhadap keputusan pembelian pada PT Indo Retro Deco.

Kata kunci: Desain Produk, Kepercayaan, Promosi dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

In today's business era, the competition for business people is very tight. This very tight competition, of course, makes business people have to produce new innovations so that the desired needs of consumers can be adjusted. The purpose of this research is to determine the effect of product design, trust, and promotions on purchasing decisions at PT Indo Retro Deco. This study applies a quantitative method by determining a sample of 140 respondents at PT Indo Retro Deco by applying a saturated sample. Questionnaires are used as a technique in collecting data. With the help of SPSS 25, data analysis techniques include descriptive statistical tests, data quality tests, classical assumption tests, influence tests, and hypothesis testing. Based on the results of multiple linear regression, product design influences purchasing decisions with sig. $0.00 < 0.05$, trust has an effect on purchasing decisions with sig. $0.00 < 0.05$ and promotions have an effect on purchasing decisions with sig. $0.04 < 0.05$. In addition, product design, trust, and promotions influence purchasing decisions at PT Indo Retro Deco by 43.3% based on the test results of the coefficient of determination. Based on the results of hypothesis testing, it was found that product design, trust, and promotions had a positive and significant effect partially or simultaneously on purchasing decisions at PT Indo Retro Deco.

Keywords: *Product Design, Trust, Promotion and Purchase Decision*

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat kasih dan karuniaNya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Desain Produk, Kepercayaan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Indo Retro Deco”.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan tidak akan terwujud tanpa adanya bimbingan, arahan serta dorongan dari berbagai pihak manapun. Oleh karena itu, segala kritik dan saran akan dengan senang hati diterima penulis. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI., Selaku Rektor Universitas Putera Batam;
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora, Universitas Putera Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si., Selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora, Universitas Putera Batam;
4. Bapak Sunargo, S.E., M.Sc. Selaku pembimbing yang telah membantu dan membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini;
5. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis;
6. Kedua orang tua yang telah menjadi motivator ketika menghadapi kesulitan skripsi ini, dan keluarga yang selalu memberikan doa serta nasehat dan dukungan penuh kepada penulis;
7. Teman-teman dan pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah membantu dan mendukung hingga selesainya skripsi ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas segala kebaikan dan selalu mencurahkan rahmat dan kasih karunianya.

Batam, 14 Januari 2023



Dia Suci Amelia Sari



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR RUMUS	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Batasan Masalah	7
1.4 Rumusan Masalah.....	8
1.5 Tujuan Penelitian	8
1.6 Manfaat Penelitian	9
1.6.1 Manfaat Teoritis.....	9
1.6.2 Manfaat Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Kajian Teori	11
2.1.1 Desain Produk.....	11
2.1.2 Kepercayaan.....	15
2.1.3 Promosi	19
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	23
2.2 Penelitian Terdahulu	26
2.3 Kerangka Berfikir	29
2.3.1 Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	29
2.3.2 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian	30
2.3.3 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	30
2.3.4 Pengaruh Desain Produk, Kepercayaan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	30
2.4 Hipotesis	31
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Jenis Penelitian.....	33
3.2 Sifat Penelitian	33
3.3 Lokasi dan Periode Penelitian.....	33
3.3.1 Lokasi Penelitian.....	33
3.3.2 Periode Penelitian	34

	Halaman
3.4	Populasi dan Sampel..... 34
3.4.1	Populasi..... 34
3.4.2	Teknik Penentuan Besar Sampel 34
3.4.3	Teknik <i>Sampling</i> 35
3.5	Sumber Data..... 35
3.6	Metode Pengumpulan Data..... 35
3.7	Definisi Operasional Variabel..... 36
3.7.1	Variabel Independen 36
3.7.2	Variabel Dependen..... 37
3.8	Metode Analisis Data..... 38
3.8.1	Analisis Deskriptif 38
3.8.2	Uji Kualitas Data..... 39
3.8.3	Uji Asumsi Klasik..... 39
3.8.4	Uji Pengaruh 41
3.9	Uji Hipotesis 43
3.9.1	Uji t 43
3.9.2	Uji F 44
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... 45
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian 45
4.1.1	Sejarah Objek Penelitian..... 45
4.1.2	Logo Perusahaan..... 45
4.1.3	Visi dan Misi Objek Penelitian 46
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden..... 46
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur..... 47
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 47
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan 48
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Bekerja Sama..... 48
4.3	Deskripsi Jawaban Responden..... 49
4.3.1	Deskripsi Variabel Desai Produk..... 49
4.3.2	Deskripsi Variabel Kepercayaan..... 49
4.3.3	Deskripsi Variabel Promosi 52
4.3.4	Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian 52
4.4	Analisis Data..... 57
4.4.1	Hasil Uji Validitas..... 57
4.4.2	Hasil Uji Reliabilitas..... 58
4.4.3	Hasil Uji Asumsi Klasik 59
4.5	Pengujian Hipotesis 64
4.5.1	Hasil Uji t..... 64
4.5.2	Hasil Uji F..... 65
4.6	Pembahasan..... 66
4.6.1	Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian..... 66
4.6.2	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian 67
4.6.3	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian 67

	Halaman
4.6.4 Pengaruh Desain Produk, Kepercayaan, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	68
4.7 Implikasi Penelitian	69
4.7.1 Implikasi Teoritis	70
4.7.2 Implikasi Praktis	70
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	72
5.1 Simpulan	72
5.2 Saran	72

DAFTAR PUSTAKA.....	75
----------------------------	-----------

LAMPIRAN

1. Pendukung Penelitian
2. Daftar Riwayat Hidup
3. Surat Izin Penelitian

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Data revisi desain pada Januari s/d September 2022.....	3
Gambar 1.2 Data konsumen yang melakukan kerjasama kembali.....	5
Gambar 2.1 Kerangka pemikiran.....	31
Gambar 4.1 Logo PT Indo Retro Deco.....	45
Gambar 4.2 Kurva Histogram	60
Gambar 4.3 Normal P-Plot	61

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Jadwal penelitian	34
Tabel 3.2 Skala Likert	36
Tabel 3.3 Operasional Variabel Penelitian	37
Tabel 3.4 Rentang Skala.....	38
Tabel 4.1 Profil Berdasarkan Umur.....	47
Tabel 4.2 Profil Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan.....	48
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Bekerja Sama	49
Tabel 4.5 Desain Produk (X1).....	50
Tabel 4.6 Lanjutan Desain Produk (X1)	54
Tabel 4.7 Kepercayaan (X2)	51
Tabel 4.8 Promosi (X3).....	52
Tabel 4.9 Lanjutan Promosi (X3).....	53
Tabel 4.10 Lanjutan Promosi (X3).....	54
Tabel 4.11 Keputusan Pembelian (Y)	55
Tabel 4.12 Lanjutan Keputusan Pembelian (Y)	56
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas	57
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas	57
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas	58
Tabel 4.16 Kolmogorov-smimov	61
Tabel 4.17 Hasil Uji Multikolinearitas.....	62
Tabel 4.18 Hasil Uji Heteroskedastitas	62
Tabel 4.19 Hasil Analisis Linear Berganda.....	63
Tabel 4.20 Hasil Uji R2.....	64
Tabel 4.21 Hasil Uji T	65
Tabel 4.22 Hasil Uji F	66

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Rentang Skala	38
Rumus 3.2 Regresi Linier Berganda	42
Rumus 3.3 Uji t	43
Rumus 3.4 Uji f	44