

**PENGARUH DESAIN PRODUK, *BRAND IMAGE*, DAN
PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN VITAMIN XON-CE DI APOTEK
JASMINE**

SKRIPSI



**Oleh:
Afridilla Novitri
190910158**

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

**PENGARUH DESAIN PRODUK, *BRAND IMAGE*, DAN
PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN VITAMIN XON-CE DI APOTEK
JASMINE**

SKRIPSI

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



**Oleh:
Afridilla Novitri
190910158**

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Afridilla Novitri

NPM : 190910158

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

“Pengaruh Desain Produk, *Brand Image*, Dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Vitamin Xon-Ce Di Apotek Jasmine”

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 didalam 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, 04 Agustus 2023



Afridilla Novitri
190910158

**PENGARUH DESAIN PRODUK, *BRAND IMAGE*, DAN
PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN VITAMIN XON-CE DI APOTEK
JASMINE**

SKRIPSI

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

**Oleh
Afridilla Novitri
190910158**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
Seperti tertera dibawah ini**

Batam, 04 Agustus 2023



**Dr. Realize, S.Kom., M.SI.
Pembimbing**



Universitas Putera Batam

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh desain produk, *brand image*, dan perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian Vitamin Xon-Ce di Apotek Jasmine. Metode penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah konsumen yang mengkonsumsi vitamin xon-ce di Kota Batam yang mana jumlahnya belum diketahui secara pasti. Teknik penentuan sampel melalui rumus Jacob Cohen dengan hasil perhitungan sebanyak 240 responden didasari pada *purposive sampling*. Penemuan dalam analisis regresi linier berganda menyatakan bahwasanya desain produk dapat memberikan kontribusi peningkatan sebesar 36,5% kepada keputusan pembelian. *Brand image* dapat memberikan kontribusi peningkatan sebesar 20,0% kepada keputusan pembelian. Perilaku konsumen dapat memberikan kontribusi peningkatan sebesar 47,9% kepada keputusan pembelian. Hasil analisis koefisien determinasi (R^2) menyatakan desain produk, *brand image* serta perilaku konsumen dapat memberikan kontribusi sebesar 67,4% terhadap keputusan pembelian. Hasil uji t dan F menunjukkan desain produk, *brand image*, dan perilaku konsumen berpengaruh positif dan signifikan secara parsial dan secara simultan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: *Brand Image*, Desain Produk, Keputusan Pembelian, Perilaku Konsumen.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of product design, brand image, and consumer behavior on purchasing decisions of Vitamin Xon-Ce at Jasmine Pharmacy. This research method uses descriptive research with a quantitative approach. The population of this study are consumers who consume xon-ce vitamins in Batam City, where the exact amount is not known. The technique of determining the sample through the Jacob Cohen formula with the results of calculating as many as 240 respondents based on purposive sampling. The findings in the multiple linear regression analysis state that product design can contribute an increase of 36.5% to purchasing decisions. Brand image can contribute an increase of 20.0% to purchasing decisions. Consumer behavior can contribute an increase of 47.9% to purchasing decisions. The results of the analysis of the coefficient of determination (R^2) state that product design, brand image and consumer behavior can contribute 67.4% to purchasing decisions. The results of the t and F test show that product design, brand image, and consumer behavior have a positive and significant effect partially and simultaneously on purchasing decisions.

Keywords: *Brand Image, Consumer Behavior, Purchase Decisio, Product Design.*

KATA PENGANTAR

Segala puji hanya milik Allah SWT. Shalawat dan salam selalu tercurahkan kepada Rasulullah SAW. Berkat limpahan dan rahmat-Nya penulis mampu menyelesaikan laporan tugas yang telah diberikan oleh pihak Universitas Putera Batam (UPB). Skripsi ini dibuat sebagai syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan, baik dari penulisan maupun tata bahasa yang digunakan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan wujud tanpa bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. 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 Universitas Putera Batam.
4. Ibu Dr. Realize, S.Kom., M.SI. selaku Pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah memberikan ilmu dan wawasannya kepada penulis melalui materi perkuliahan.
6. Pihak responden yang telah memberikan penulis kemudahan waktu dan kesempatan dalam melakukan penelitian dan menyelesaikan skripsi ini.
7. Ayah dan Ibu penulis yang senantiasa mendukung penulis dalam segala hal yang penulis lakukan.
8. Teman – teman yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang senantiasa selalu membantu baik moral maupun materi, sehingga saya dapat melanjutkan penyusunan Skripsi ini hingga selesai pada akhirnya.

Semoga Tuhan membalas kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah membantu menyelesaikan Skripsi ini dengan melimpahkan rahmat dan karuniannya.

Batam, 04 Agustus 2023



Afridilla Novitri



Universitas Putera Batam

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Batasan Masalah.....	8
1.4 Rumusan Masalah	8
1.5 Tujuan Penelitian.....	9
1.6 Manfaat Penelitian.....	9
1.6.1 Secara Teoritis.....	9
1.6.2 Secara Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Teori.....	11
2.1.1 Desain Produk	11
2.1.1.1 Pengertian Desain Produk	11
2.1.1.2 Faktor-Faktor Desain Produk	12
2.1.1.3 Indikator Desain Produk.....	13
2.1.2 <i>Brand Image</i>	14
2.1.2.1 Pengertian <i>Brand Image</i>	14
2.1.2.2 Manfaat <i>Brand Image</i>	15
2.1.2.3 Indikator <i>Brand Image</i>	16
2.1.3 Perilaku Konsumen	17
2.1.3.1 Pengertian Perilaku Konsumen	17
2.1.3.2 Faktor Perilaku Konsumen	18
2.1.3.3 Perilaku Konsumen Dalam Prosedur Penetapan Harga	19
2.1.3.4 Indikator Perilaku Konsumen.....	20
2.1.4 Keputusan Pembelian	22
2.1.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	22
2.1.4.2 Struktur Komponen Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	23
2.1.4.3 Indikator Keputusan Pembelian	24
2.2 Penelitian Terdahulu	26
2.3 Kerangka Pemikiran.....	32
2.3.1 Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian	32
2.3.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	33

2.3.3	Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian	33
2.4	Hipotesis	35
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Jenis Penelitian	36
3.2	Sifat Penelitian	36
3.3	Lokasi dan Periode Penelitian	37
3.3.1	Lokasi Penelitian	37
3.3.2	Periode Penelitian	37
3.4	Populasi dan Sampel	37
3.4.1	Populasi	37
3.4.2	Teknik Penentuan Besar Sampel	38
3.4.3	Teknik <i>Sampling</i>	39
3.5	Sumber Data	40
3.6	Metode Pengumpulan Data	41
3.7	Definisi Operasional Variabel Penelitian	41
3.7.1	Variabel Independen (X)	42
3.7.1.1	Desain Produk	42
3.7.1.2	<i>Brand Image</i>	42
3.7.1.3	Perilaku Konsumen	43
3.7.2	Variabel Dependen (Y)	43
3.7.2.1	Keputusan Pembelian	43
3.8	Metode Analisis Data	44
3.8.1	Uji Statistik Deskriptif	44
3.8.2	Uji Kualitas Data	45
3.8.2.1	Uji Validitas	45
3.8.2.2	Uji Reliabilitas	46
3.8.3	Uji Asumsi Klasik	47
3.8.3.1	Uji Normalitas	47
3.8.3.2	Uji Multikolinearitas	48
3.8.3.3	Uji Heteroskedastisitas	48
3.8.4	Uji Pengaruh	49
3.8.4.1	Analisis Regresi Linier Berganda	49
3.8.4.2	Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	50
3.9	Uji Hipotesis	52
3.9.1	Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t	52
3.9.1	Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	54
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden	54
4.2.1	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
4.2.2	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	55
4.2.3	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	55
4.2.4	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	56
4.2.5	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian	57
4.3	Deskripsi Jawaban Responden	57

4.3.1	Deskriptif Desain Produk (X1)	58
4.3.2	Deskriptif <i>Brand Image</i> (X2)	59
4.3.3	Deskriptif Perilaku Konsumen (X3)	60
4.3.4	Deskriptif Keputusan Pembelian (Y)	61
4.4	Analisis Data	63
4.4.1	Uji Kualitas Data	63
4.4.1.1	Uji Validitas	63
4.4.1.2	Uji Reliabilitas.....	65
4.4.2	Uji Asumsi Klasik	66
4.4.2.1	Uji Normalitas	66
4.4.2.2	Uji Multikolinearitas	67
4.4.2.3	Uji Heteroskedastisitas	68
4.4.3	Uji Pengaruh.....	69
4.4.3.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	69
4.4.3.2	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	70
4.5	Pengujian Hipotesis.....	71
4.5.1	Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t.....	71
4.5.2	Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji f.....	73
4.6	Pembahasan.....	74
4.6.1	Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian	74
4.6.2	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	75
4.6.3	Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian	76
4.6.4	Pengaruh Desain Produk, <i>Brand Image</i> Dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian	77
4.7	Implikasi Hasil Penelitian	78
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Simpulan.....	80
5.2	Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA		
Lampiran 1. Pendukung Penelitian		
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup		
Lampiran 3. Surat Izin Penelitian		

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	34
Gambar 4.1 Uji Heteroskedastisitas	68

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 <i>Top Brand</i> Vitamin C	4
Tabel 1.2 Data Harga Vitamin C	5
Tabel 1.3 Data Penjualan Vitamin Xon-Ce	5
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian	37
Tabel 3.2 Kategori Rentang Skala	45
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	55
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	55
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Penghasilan	56
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian	57
Tabel 4.6 Rentang Skala	58
Tabel 4.7 Deskriptif Desain Produk	58
Tabel 4.8 Deskriptif <i>Brand Image</i>	59
Tabel 4.9 Deskriptif Perilaku Konsumen	60
Tabel 4.10 Deskriptif Keputusan Pembelian	61
Tabel 4.11 Uji Validitas Desain Produk (X1)	63
Tabel 4.12 Uji Validitas <i>Brand Image</i> (X2)	64
Tabel 4.13 Uji Validitas Perilaku Konsumen (X3)	64
Tabel 4.14 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	65
Tabel 4.15 Uji Reliabilitas	65
Tabel 4.16 Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	66
Tabel 4.17 Uji Multikolinearitas	67
Tabel 4.18 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	69
Tabel 4.19 Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	70
Tabel 4.20 Hasil Uji t (Parsial)	71
Tabel 4.21 Hasil Uji f (Simultan)	73

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Jacob Cohen	38
Rumus 3.2 Rentang Skala	44
Rumus 3.3 <i>Korelasi Product Moment</i>	46
Rumus 3.4 <i>Cronbach's Aplha</i>	47
Rumus 3.5 Regresi Linier Berganda	50
Rumus 3.6 Koefisien Determinasi	51
Rumus 3.7 Uji T	52
Rumus 3.8 Uji F	53