

**PENGARUH DESAIN PRODUK, *BRAND IMAGE* DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK DAIA DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh :
Nur Aisyah Lubis
200910174**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2024**

**PENGARUH DESAIN PRODUK, *BRAND IMAGE* DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK DAIA DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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



**Oleh :
Nur Aisyah Lubis
200910174**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2024**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawa ini saya :

Nama : Nur Aisyah Lubis
NPM : 200910174
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen


Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

“Pengaruh Desain Produk, *Brand Image* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Daia di Kota Batam” adalah hasil karya dari sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, di dalam 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 pernyataan di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar sarjana 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, 19 Januari 2024

Yang membuat pernyataan



Nur Aisyah Lubis
200910174

**PENGARUH DESAIN PRODUK, *BRAND IMAGE* DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK DAIA DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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

**Oleh :
Nur Aisyah Lubis
200910174**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini**

Batam, 19 Januari 2024



**David Humala Sitorus, S.E., M.M.
Pembimbing**



ABSTRAK

Dalam hal persaingan dengan pesaing, perusahaan diharuskan untuk menerapkan inovasi pemasaran yang lebih inovatif untuk penjualan barang dan jasanya, termasuk industri deterjen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui factor-faktor yang dapat memengaruhi pembelian deterjen daia yaitu desain produk, brand image, dan kualitas produk. Penelitian ini berbentuk kuantitatif deskriptif yang dilakukan di daerah kecamatan Batu Aji dengan metode kuesioner online melalui Google Form. Data diolah menggunakan SPSS Ver 20 dengan menggunakan uji validitas, reabilitas, uji T, dan ANOVA. Dari 100 orang responden, didapatkan 21% laki-laki dan 79% Perempuan. Pengguna terbanyak berusia 17-25 tahun (51%) dan tinggal di kelurahan Buliang (46%). Lama penggunaan mayoritas >12 bulan yaitu sebanyak 38% responden. Hasil pengujian reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha variabel desain produk (X1) sebesar 0,818, brand image (X2) sebesar 0,920, kualitas produk (X3) sebesar 0,914, dan keputusan pembelian (Y) sebesar 0,849. Uji regresi linear didapatkan persamaan $Y = 1.460 + 0,304X1 + -0,005X2 + 0,358X3 + e$. Hasil uji T menunjukkan bahwa desain produk dan kualitas produk memiliki pengaruh signifikan, tetapi tidak dengan brand image ($p < 0.05$). Akan tetapim uji test ANOVA menghasilkan $p < 0.000$ sehingga dapat disimpulkan bahwa desain produk, brand image dan kualitas produk secara bersamaan berdampak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Desain produk, *Brand image*, Kualitas produk

ABSTRACT

In terms of competition with competitors, companies are required to implement more innovative marketing innovations for the sale of their goods and services, including the detergent industry. This study aims to determine the factors that can influence the purchase of daia detergent, namely product design, brand image, and product quality. This research is a descriptive quantitative study conducted in the Batu Aji sub-district area using an online questionnaire method via Google Form. The data was processed using SPSS Ver 20 using validity, reliability, T test, and ANOVA tests. Of the 100 respondents, 21% were male and 79% were female. Most users are 17-25 years old (51%) and live in Buliang village (46%). The length of use of the majority is >12 months, as many as 38% of respondents. The reliability test results show the Cronbach's Alpha value of the product design variable (X1) of 0.818, brand image (X2) of 0.920, product quality (X3) of 0.914, and purchasing decisions (Y) of 0.849. The linear regression test obtained the equation $Y = 1,460 + 0.304X1 + -0.005X2 + 0.358X3 + e$. The T test results show that product design and product quality have a significant effect, but not brand image ($p < 0.05$). However, the ANOVA test test results in $p < 0.000$ so it can be concluded that product design, brand image and product quality simultaneously have a significant impact on purchasing decisions.

Keyword: *Product Design , Brand Image, Product Quality*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi ini yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud 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, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam;
4. Bapak David Humala Sitorus, S.E., M.M. selaku Pembimbing Skripsi Penulis;
5. Ibu Hikmah, S.E., M.Si. dan Bapak Muhammad Haldy, S.M., M.M. selaku Penguji Proposal Skripsi Penulis;
6. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah berbagi ilmu pengetahuan dengan penulis;
7. Orang tua penulis, saudara kandung penulis dan seluruh keluarga besar yang telah memberikan motivasi, perhatian, nasehat serta doa kepada Penulis;
8. Teman-teman se-angkatan penulis yang selalu saling menyemangati, terkhususnya untuk Yuni Rezude, Miftachul Hasanah dan Liza Suswati;
9. Bapak M. Khoiri, S.Pd., M.Pd. selaku pembina organisasi Unit Kegiatan Mahasiswa Seni dan para junior di UKM Seni;
10. Kepada responden yang telah memberikan waktu dan informasinya;
11. Serta seluruh pihak yang telah mendukung dalam penelitian ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu;

Semoga Allah SWT membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Amin.

Batam, 04 Agustus 2023

Nur Aisyah Lubis



Universitas Putera Batam

DAFTAR ISI

PENGARUH DESAIN PRODUK, *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DAIA DI KOTA BATAM. **Error!
Bookmark not defined.**

ABSTRAK.....	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	10
1.3 Batasan Masalah	11
1.4 Rumusan Masalah.....	11
1.5 Tujuan Penelitian	11
1.6 Manfaat Penelitian	12
1.6.1 Manfaat Teoritis.....	12
1.6.2 Manfaat Praktis	12
BAB II.....	14
2.1. Kajian Teori	14
2.1.1 Desain Produk.....	14
2.1.1.1 Definisi Desain Produk	14
2.1.1.2 Indikator Desain Produk	15
2.1.1.3 Dimensi Desain Produk	16
2.1.2 Brand Image.....	17
2.1.2.1 Definisi Brand Image.....	17
2.1.2.2 Indikator- Indikator Brand Image	18
2.1.2.3 Dimensi Brand Image	18
2.1.3 Kualitas Produk.....	19
2.1.3.1 Definisi Kualitas Produk.....	19
2.1.3.2 Indikator-Indikator Kualitas Produk	20
2.1.3.3 Dimensi Kualitas Produk	21
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	21
2.1.4.1 Definisi Keputusan Pembelian.....	22

2.1.4.2 Indikator Keputusan Pembelian	22
2.1.4.3 Dimensi keputusan Pembelian	23
2.2 Penelitian Terdahulu	24
2.3 Kerangka Penelitian	26
2.4 Hipotesis	27
BAB III	28
3.1 Jenis Penelitian.....	28
3.2 Sifat Penelitian	28
3.3 Lokasi dan Periode Penelitian.....	28
3.3.1 Lokasi.....	28
3.3.2 Periode Penelitian	29
3.4 Populasi dan Sampel	29
3.4.1 Populasi.....	29
3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel	30
3.4.3 Teknik Sampling	30
3.5 Sumber Data.....	31
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	31
Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	32
3.7.1 Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>).....	32
3.7.2 Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>).....	33
3.8 Metode Analisis Data.....	34
3.8.1 Analisis Deskriptif	34
3.8.2 Uji Kualitas Data.....	35
3.8.2.1 Uji Validitas	35
3.8.2.2 Uji Reabilitas	37
3.8.3 Uji Asumsi Klasik.....	38
3.8.3.1 Uji Normalitas.....	38
3.8.3.2 Uji Multikolinearitas	39
3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	40
3.8.4 Uji Pengaruh	40
3.8.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda	40
3.8.4.2 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	42
3.9 Uji Hipotesis	42
3.9.1 Uji T	42
3.9.2 Uji F	44
BAB IV	46

4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	46
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden.....	46
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	47
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Kelurahan	48
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan	48
4.3	Deskripsi Jawaban Responden.....	49
4.3.1	Desain Produk (X1)	49
4.3.2	<i>Brand Image</i> (X2).....	50
4.3.3	Kualitas Produk (X3).....	52
4.3.4	Keputusan Pembelian (Y).....	53
4.4	Analisis Data.....	54
4.4.1	Uji Instrumen	54
4.4.1.1	Uji Validitas	54
4.4.1.2	Uji Reliabilitas	56
4.4.2	Uji Asumsi Klasik.....	57
4.4.2.1	Uji Normalitas.....	57
4.4.2.2	Uji Multikolonieritas.....	59
4.4.2.3	Uji Heteroskedastisitas.....	60
4.5	Uji Pengaruh	60
4.5.1	Uji Analisis Linear Berganda.....	60
4.5.2	Uji Koefisien Determinasi R ²	62
4.6	Pengujian Hipotesis	62
4.6.1	Uji T.....	62
4.6.2	Uji F	64
4.7	Pembahasan.....	65
4.7.1	Pengaruh Desain Produk (X1) Terhadap Keputusan Pembelian	65
4.7.2	Pengaruh <i>Brand Image</i> (X2) Terhadap Keputusan Pembelian	65
4.7.3	Kualitas Produk Pelanggan (X3) Terhadap Keputusan Pembelian.....	66
4.7.4	Pengaruh Desain Produk (X1), <i>Brand Image</i> (X2) dan Kualitas Produk (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	67
4.8	Implikasi Hasil Penelitian	67
	BAB V	69
5.1	Simpulan	69
5.2	Saran	69
	DAFTAR PUSTAKA	ix

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Desain <i>Packaging</i> Daia	5
Gambar 1.2 Review Pengguna Daia	8
Gambar 1.3 Review Pengguna Daia	9
Gambar 4.1 Diagram Histogram	57
Gambar 4.2 Normal P-Plot.....	58

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Harga Deterjen Daia Dan Rinso	6
Tabel 1.2 Top Brand Index Kategori Sabun Pencuci Pakaian tahun 2021-2023 ..	10
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian	29
Tabel 3.2 Penentuan Skor Jawaban Kuesioner	32
Tabel 3.3 Operasional Variabel Bebas	33
Tabel 3.4 Operasional Variabel Terikat	34
Tabel 3.5 Rentang Skala.....	35
Tabel 3 6 Rentang Validitas	36
Tabel 4.1 Gender Responden	47
Tabel 4.2 Usia Responden.....	47
Tabel 4.3 Kelurahan Responden.....	48
Tabel 4. 4 Lama Penggunaan Responden.....	49
Tabel 4. 5 Hasil Kuesioner Mengenai Desain Produk	50
Tabel 4. 6 Hasil Kuesioner Mengenai Brand Image	51
Tabel 4. 7 Hasil Kuesioner Mengenai Kualitas Produk	52
Tabel 4. 8 Hasil Kuesioner Mengenai Keputusan Pembelian	53