

**PENGARUH DESAIN PRODUK, KUALITAS
PRODUK DAN BRAND AWARENESS TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK STARBUCKS
GRAND BATAM MALL**

SKRIPSI



**Oleh:
Windy
200910126**

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

**PENGARUH DESAIN PRODUK, KUALITAS
PRODUK DAN BRAND AWARENESS TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK STARBUCKS
GRAND BATAM MALL**

SKRIPSI

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



**Oleh:
Windy
200910126**

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Windy

NPM : 200910126

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

PENGARUH DESAIN PRODUK, KUALITAS PRODUK DAN BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK STARBUCKS GRAND BATAM MALL

Adalah hasil karya 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 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, 15 Januari 2024



Windy
200910126

**PENGARUH DESAIN PRODUK, KUALITAS
PRODUK DAN BRAND AWARENESS TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK STARBUCKS
GRAND BATAM MALL**

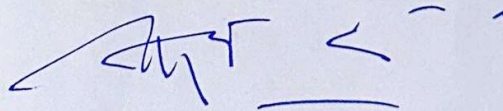
SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar sarjana

Oleh:
Windy
200910126

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera dibawah ini

Batam, 15 Januari 2024



Prof. Asiat Dr. Suhardi, S.E., M.M.
Pembimbing



ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh desain produk, kualitas produk dan brand awareness terhadap keputusan pembelian produk Starbucks Grand Batam Mall. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan Teknik kuantitatif, dimana populasi yang digunakan sebanyak 100 responden dari seluruh masyarakat kota Batam yang mengetahui produk Starbucks Grand Batam Mall. Penelitian terhadap sampel dilakukan dengan menggunakan Teknik *non-probability sampling*, adapun Teknik yang digunakan yaitu *purposive sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah kuesioner yang telah diisi oleh masyarakat yang mengetahui produk Starbucks Grand Batam Mall. Secara parsial dan simultan menunjukkan bahwa desain produk, kualitas produk dan *brand awareness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Desain Produk, Kualitas Produk, *Brand Awareness*, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The purpose of this research is to determine the influence of product design, product quality and brand awareness on purchasing decisions for Starbucks Grand Batam Mall products. This research was conducted using quantitative techniques, where the population used was 100 respondents from all Batam city residents who knew Starbucks Grand Batam Mall products. Research on the sample was carried out using non-probability sampling technique, the technique used was purposive sampling. The data collection method used in this research is a questionnaire that has been filled out by people who know Starbucks Grand Batam Mall products. Partially and simultaneously, it shows that product design, product quality and brand awareness have a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: *Product Design, Product Quality, Brand Awareness, Purchasing Decisions*

KATA PENGANTAR

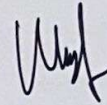
Puji Syukur Kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. 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 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. Prof. Asosiat Dr. Suhardi, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah membantu dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini;
5. Bapak Winda Evyanto, S.S., M.MPd. selaku dosen pembimbing akademik yang telah membantu saya dari awal sampai akhir perkuliahan.
6. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah berbagi ilmu pengetahuan kepada penulis;

7. Orang tua dan keluarga yang telah mendoakan dan memberi dukungan penuh kepada penulis;
8. Responden yang telah membantu penulis untuk mengisi kuesioner yang dapat membantu proses penelitian;
9. Teman-teman seperjuangan di Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Christon, Vanness, Jenni dan Kelven Zinos yang tiada henti memberikan dukungan, motivasi, ilmu, semangat, serta doa dalam penyusunan skripsi ini.

Batam, 15 Januari 2024



Windy



Universitas Putera Batam

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT ORISINALITAS	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Identifikasi masalah	8
1.3 Batasan masalah	9
1.4 Rumusan masalah	9
1.5 Tujuan penelitian	10
1.6 Manfaat penelitian	10
1.6.1 Manfaat teoritis.....	10
1.6.2 Manfaat praktis	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Kajian Teori	12
2.1.1 Desain Produk.....	12
2.1.2 Kualitas Produk	14
2.1.3 <i>Brand Awareness</i>	16
2.1.4 Keputusan Pembelian	18
2.2 Penelitian Terdahulu	21
2.3 Kerangka Pemikiran	22
2.3.1 Pengaruh Desain produk terhadap Keputusan Pembelian	22

2.3.2	Pengaruh Kualitas produk terhadap keputusan pembelian.....	23
2.3.3	Pengaruh <i>Brand Awareness</i> terhadap keputusan pembelian.....	23
2.4	Hipotesis	24
BAB III METODE PENELITIAN		26
3.1	Jenis Penelitian	26
3.2	Sifat Penelitian.....	26
3.3	Lokasi dan Periode Penelitian	26
3.3.1	Lokasi Penelitian	26
3.3.2	Periode Penelitian	26
3.4	Populasi dan Sampel.....	27
3.4.1	Populasi	27
3.4.2	Sampel	27
3.4.2	Teknik Sampling.....	28
3.5	Sumber data	29
3.6	Metode pengumpulan data.....	29
3.7	Definisi Operasional Variabel Penelitian	30
3.7.1	Variabel Bebas.....	30
3.7.2	Variabel Terikat.....	31
3.8	Metode Analisis.....	32
3.8.1	Analisis Deskriptif.....	32
3.8.2	Uji Kualitas Data	33
3.8.3	Uji Asumsi Klasik	35
3.8.4	Uji Pengaruh.....	36
3.9	Uji Hipotesis.....	38
3.9.1	Uji t (Uji Parsial)	38
3.9.2	Uji F (Uji Simultan).....	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		39
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	39
4.1.1	Sejarah Objek Penelitian.....	39
4.1.2	Logo Perusahaan.....	39
4.2	Deskripsi Karakteristik	40
4.2.1	Karakteristik Jenis Kelamin Responden.....	40

4.2.2	Karakteristik Tingkat Usia Responden.....	40
4.2.3	Karakteristik Tingkat Pendidikan Responden	41
4.2.4	Karakteristik Tingkat Penghasilan Responden.....	41
4.3	Deskripsi Jawaban Responden	42
4.3.1	Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Desain Produk.....	42
4.3.2	Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Kualitas Produk	43
4.3.3	Deskripsi Jawaban Responden Mengenai <i>Brand Awareness</i>	44
4.3.4	Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Keputusan Pembelian	45
4.4	Analisis Data.....	46
4.4.1	Hasil Uji Validitas	46
4.4.2	Hasil Uji Reliabilitas	47
4.4.3	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	47
4.4.4	Uji Pengaruh.....	50
4.5	Pengujian Hipotesis	52
4.5.1	Uji T (Uji Parsial).....	52
4.5.2	Hasil Uji F (Simultan)	53
4.6	Pembahasan	54
4.6.1	Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian	54
4.6.2	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	55
4.6.3	Pengaruh <i>Brand Awareness</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	55
4.6.4	Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk dan <i>Brand Awareness</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	56
4.7	Implikasi Hasil Penelitian.....	56
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		58
5.1	Simpulan.....	58
5.2	Saran	58
DAFTAR PUSTAKA		60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Ukuran <i>Cup</i>	3
Gambar 1.2 Kemasan <i>Cup</i> Musiman.....	4
Gambar 1.3 Pra Survei Penelitian Variabel Desain Produk	3
Gambar 1.4 Pra Survei Penelitian Variabel Kualitas Produk.....	4
Gambar 4.1 Starbucks	39
Gambar 4.2 Kurva Histogram	47
Gambar 4.3 Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual.....	48

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1	Periode Penelitian.....	28
Tabel 3.2	Kategori Skala Likert	330
Tabel 3.3	Definisi Operasional Variabel.....	330
Tabel 3.4	Operasional Variabel Terikat	32
Tabel 3.5	Rentang Skala.....	33
Tabel 4.1	Tabel Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4.2	Tabel Profil Responden Berdasarkan Tingkat Usia	40
Tabel 4.3	Tabel Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	41
Tabel 4.4	Tabel Profil Responden Berdasarkan Tingkat Penghasilan	41
Tabel 4.5	Tabel Desain Produk (X1).....	42
Tabel 4.6	Tabel Kualitas Produk (X2)	43
Tabel 4.7	Tabel <i>Brand Awareness</i> (X3)	44
Tabel 4.8	Tabel Keputusan Pembelian (Y)	45
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas	46
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas	47
Tabel 4.11	Tabel Kolmogorov-smirnov	49
Tabel 4.12	Tabel Hasil Uji Multikolinearitas.....	49
Tabel 4.13	Tabel Hasil Uji Heteroskedastitas.....	50
Tabel 4.14	Tabel Hasil Analisis Linear Berganda.....	50
Tabel 4.15	Tabel Uji R ²	52
Tabel 4.16	Uji T (Parsial).....	52
Tabel 4.17	Hasil Uji F (Simultan).....	53

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Rumus Sampel	28
Rumus 3.2 Analisis Deskriptif	32
Rumus 3.3 Uji Validitas	33
Rumus 3.4 Uji Reliabilitas	34
Rumus 3.5 Regresi Linear Berganda.....	37