

**PENGARUH DESAIN PRODUK, KUALITAS PRODUK,
DAN *BRAND IDENTITY* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA JOKOTOLE *COLLECTION* BATIK
MADURA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik dan Memenuhi Syarat Skripsi
Mencapai Gelar Sarjana Strata-1 Program Studi Administrasi Bisnis**



Disusun oleh :

ANGGA DWISUSETYO

1121600046

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2021**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Angga Dwi Susetyo
NPM : 112160046
Judul : **PENGARUH DESAIN PRODUK, KUALITAS PRODUK, DAN BRAND IDENTITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA JOKOTOLE COLLECTION BATIK MADURA**

Surabaya, 9 Juli 2021

Mengetahui,

Disetujui Oleh

Dekan

Dosen Pembimbing

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya**

Dr. Dra. Rachmawati Novaria, M.M.

Dr. Dra. Rachmawati Novaria, M.M.

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) – Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal 9 Juli 2021

Dewan Penguji :

1. Dr. Dra. Rachmawati Novaria, M.M

2. Drs. Agung Pudjianto, M.M

3. Dr. IGN. Anom Maruta, M.M

Mengesahkan,

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

Dekan

Dr. Dra. Rachmawati Novaria, M

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Angga Dwi Susetyo
NPM : 1121600046
Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, dan *Brand Identity*
Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jokotole *Collection*
Batik Madura

Menyatakan :

1. Bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.
3. Apabila di kemudian hari ternyata Skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 9 juli 2021

Yang membuat pernyataan



Angga Dwi Susetyo



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN

Jl. Semolowaru 45 Surabaya

Tlp. 031 593 1800 (ex.311)

Email : perpus@untag-sby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Angga Dwi Susetyo
NBI : 1121600046
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Administrasi Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul :

“Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, dan Brand Identity Terhadap Keputusan Pembelian pada jokotole Collection Batik Madura”

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Pada Tanggal : Surabaya, 9 Juli 2021

Yang Menyatakan,



(Angga Dwi Susetyo)

MOTTO

“BANGSA YANG BESAR ADALAH BANGSA YANG BISA MENGHARGAI
JASA-JASA PARA PAHLAWANNYA”

(SOEKARNO)

“LOVE THE LIFE YOU LIVE, LIVE THE LIFE YOU LOVE”

(BOB MARLEY)

“SUKSES BUKANLAH LANGKAH BESAR DI MASA MENDATANG,
SUKSES ADALAH LANGKAH KECIL YANG DIAMBIL SAAT INI”

(JONATAN MARTENSSON)

“SETIAP ORANG MEMILIKI KEUNGGULAN YANG BERBEDA. TETAPI
JANGAN LUPA SEMUA ORANG MEMPUNYAI PELUANG YANG SAMA
UNTUK MENGEMBANGKAN KEUNGGULANNYA”

(JOHN F. KENNEDY)

“JADIKAN KEGAGALAN SEBUAH CAHAYA UNTUK MENYINARI JALAN
KESUKSESAN”

(SUSETYO)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan untuk :

1. Orang tuaku tersayang (Papa dan Mama), yang tak pernah lelah mendoakan, membimbing dan mendukung dalam hal apapun yang saya lakukan selama ini. Terimakasih untuk semua kasih sayang dan do'a serta rasa cinta selama ini, takkan pernah saya lupakan semua pengorbanan dan jerih payahmu yang engkau berikan untukku agar dapat mencapai cita-cita hingga mencapai gelar Sarjana. InsyaAllah kelak saya dapat membahagiakan dirimu.
2. Untuk Kakak tersayang (Ika Sri Retno Gumanti) yang telah mensupport dan memberikan semangat setiap waktu dan semoga menjadi Ibu yang baik untukadek (Arion)
3. Untuk Keponakan tersayang (Arion Ahlam Bimasena Putra) semoga menjadiseorang yang shaleh, berbakti pada orang tua, dan menjadi anak yang membanggakan.
4. Teman-teman seperjuangan seangkatan Administrasi Bisnis 2016 yang telah lulus duluan.
5. Almamater yang sangat saya banggakan dan cintai Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

PENGARUH DESAIN PRODUK, KUALITAS PRODUK, DAN *BRAND IDENTITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA JOKOTOLE *COLLECTION* BATIK MADURA

Oleh :

Angga Dwi Susetyo, Rachamawati Novaria, Ute Chairuz M. Nasution
Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Email : anggasusetyo61@gmail.com

ABSTRAK

Saat ini bisa dibbilang batik merupakan warisan leluhur dari bangsa Indonesia. Di Indonesia sendiri batik bisa dikatakan sebagai identitas yang melekat dikalangan masyarakat lokal hingga mancanegara. . Hingga pada akhirnya Uswatun Hasanah selaku pendiri Jokotole *Collection* Batik Madura berhasil memberdayakan para pengrajin batik untuk meningkatkan produktifitas mereka. Penulis melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, dan *Brand Identity* terhadap keputusan pembelian produk Jokotole *Collection* Madura” guna mengetahui seberapa besar pengaruh desain produk, kualitas produk, dan brand identity jokotole *collection* dalam keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini menggunakan Teknik *purposive sampling* untuk menentukan jumlah responden sebanyak 73 orang. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Linier Berganda. Adapun tahapan-tahapan sebelum dilakukan analisis regresi adalah dengan melakukan uji validitas dan uji reliabilitas, kemudian dilakukan uji asumsi klasik.setelah analisis regresi dilakukan uji Uji parsial (uji t), serta uji koefisien determinasi (R^2), dan uji signifikansi simultan (uji statistik f). Hasil analisis regresi pada penelitian ini menunjukkan bahwa desain produk, kualitas produk, dan *brand identity* memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian Hasil analisis dengan menggunakan uji t menunjukkan bahwa desain produk, kualitas produk, dan *brand identity* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Desain Produk, Kualitas Produk, Brand identity

ABSTRACT

Currently, you can say that batik is the ancestral heritage of the Indonesian people. In Indonesia itself, batik can be said as an inherent identity among local and foreign communities. . In the end, Uswatun Hasanah as the founder of the Jokotole Collection Batik Madura succeeded in empowering batik craftsmen to increase their productivity. The author conducted a study entitled "The Influence of Product Design, Product Quality, and Brand Identity on the purchasing decisions of Jokotole Collection Madura products" in order to find out how much influence product design, product quality, and brand identity jokotole collection have in consumer purchasing decisions. This study uses purposive sampling technique to determine the number of respondents as many as 73 people. The analysis used in this study is Multiple Linear Regression Analysis. The stages before the regression analysis is carried out are to test the validity and reliability test, then do the classical assumption test. After the regression analysis, the partial test (t test), and the coefficient of determination (R²) test, and the simultaneous significance test (statistical test) are carried out. f). The results of the regression analysis in this study indicate that product design, product quality, and brand identity have a positive influence on purchasing decisions. The results of the analysis using the t test show that product design, product quality, and brand identity have a significant influence on purchasing decisions.

Keywords : *Product Design, Product Quality, Brand identity*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena atas segala rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, dan *Brand Identity* Terhadap Keputusan Pembelian pada Jokotole *Collection* Batik Madura”.

Adapun tujuan penyusunan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan gelar Sarjana Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini terdapat kekurangan dan penulis dibantu oleh banyak pihak dalam menyelesaikan penelitian ini. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Kepada Allah SWT, yang telah memberikan kesehatan dan kekuatan sehingga penulisan skripsi ini dapat berjalan dengan lancar.
2. Untuk Papa dan Mama yang sangat berharga dalam kehidupan saya. Terima kasih atas kasih sayang, doa, bimbingan, waktu, dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini, serta materi yang telah kalian berikan hingga saya bisa mencapai jenjang pendidikan sarjana. Saya akan melakukan yang terbaik dan membuat kalian bangga.
3. Untuk Kakak saya Ika Sri Retno Gumanti yang selalu memberikan support penuh selama perkuliahan di awal semester hingga terselesaikannya skripsi ini.
4. Ibu Dr. Dra. Rachmawati Novaria, M.M. Selaku Dekan Pengganti Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya juga selaku Dosen Pembimbing 1 saya yang telah meluangkan waktu dan pemikiran walaupun di detik-detik akhir skripsian.
5. Bapak Drs. Ute Chairus M. Nasution, M.S selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga, dan pemikiran untuk memberikan bimbingan serta pengarahan kepada saya selama proses penyusunan skripsi ini hingga terselesaikan dengan baik.
6. Bapak Drs. Agung Pujianto, MM selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
7. Palupi yang telah bersedia membantu dan direpoti untuk memberikan saran ataupun kritik dalam terselesaikannya skripsi ini, walaupun ditengah kesibukannya berkerja.
8. Sawadil yang mau mengobrak-obrak saya untuk menyelesaikan skripsi dan mau untuk dimintai tolong mengedit skripsi ini.

9. Seluruh teman-teman Administrasi Bisnis 2016 terutama untuk Rosyid, Mega, Indah, Karlinda, Aga, Juvent, terima kasih atas seluruh bantuannya dan mau menemani saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Temen-temen plek SMA saya Yoga, Sisikorin, Arie, Sila, Umi terimakasih atas semua doa yang kalian berikan.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan pada pembuatan skripsi ini. Oleh karena itu, Penulis mengharapkan adanya kontribusi positif berupa saran kritik yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat serta wawasan bagi pembaca dan pihak lain yang berkepentingan.

Surabaya, 9 Juli 2021
Penulis,

Angga Dwi Susetyo

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	i
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
MOTTO	ix
PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Sistematika Penelitian	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Landasan Teori	13
2.2.2 Desain Produk	15
2.2.3 Kualitas Produk	17
2.2.4 Brand Identity	17
2.2.5 Keputusan Pembelian	19
2.2.6 Model Perilaku Konsumen	21
2.3 Pengaruh Antar Variabel	23
2.3.1 Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian	23

2.3.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	23
2.4 Kerangka Berpikir.....	24
2.5 Definisi Konsep Dan Definisi Operasional.....	25
2.5.1 Definisi Konsep.....	25
2.5.2 Definisi Operasional.....	26
2.6 Hipotesis.....	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
3.1 Rancangan Penelitian.....	29
3.2 Populasi Dan Sampel.....	29
3.2.1 Populasi.....	29
3.2.2 Sampel.....	29
3.3 Pengumpulan Data.....	30
3.3.1 Jenis Dan Sumber Data.....	30
3.4 Skala Pengukuran.....	31
3.4.1 Skala Likert.....	31
3.5 Uji Instrumen.....	32
3.5.1 Uji Validitas.....	32
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	32
3.6 Analisis Data.....	32
3.6.1 Analisis Deskriptif.....	32
3.6.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	32
3.6.3 Uji t.....	33
3.6.4 Analisis Koefisien Determinasi (Uji R^2).....	33
3.6.5 Uji f.....	33
BAB IV PENYAJIAN DATA, ANALISA DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1 Penyajian Data.....	35
4.1.2 Karakteristik Responden.....	37
4.1.3 Uji Instrumen.....	39
4.1.4 Tabulasi Jawaban Responden.....	40
4.1.4.1 Tabulasi Variabel Desain Produk.....	40
4.1.4.2 Tabulasi Variabel Kualitas Produk.....	43
4.1.4.4 Tabulasi Variabel Keputusan Pembelian.....	48

4.1.5	Skala Pengukuran.....	50
4.2	Analisa Data.....	57
4.2.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	57
4.2.2	Uji Korelasi.....	59
4.2.3	Uji Determinasi (R^2).....	60
4.2.4	Uji Parsial (Uji t).....	60
4.2.5	Uji Simultan (Uji F).....	61
4.3	Pembahasan	62
BAB V	PENUTUP	65
5.1	Kesimpulan	65
5.2	Rekomendasi.....	66
DAFTAR	PUSTAKA	67

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Peneltian Terdahulu	7
Tabel 4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
Tabel 4.2	Responden berdasarkan Usia	38
Tabel 4.3	Responden berdasarkan Pekerjaan	38
Tabel 4.4	Hasil Pengujian Validitas	39
Tabel 4.5	Hasil Pengujian Reliabilitas	40
Tabel 4.6	Hasil Tabulasi Variabel Desain Produk	40
Tabel 4.7	Hasil Tabulasi Variabel Kualitas Produk	43
Tabel 4.8	Hasil Tabulasi Variabel Brand Identity	45
Tabel 4.9	Hasil Tabulasi Variabel Keputusan Pembelian	48
Tabel 4.10	Interval Rata-rata Skor.....	51
Tabel 4.11	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden dan Nilai Mean atas Variabel Desain Produk (X1).....	51
Tabel 4.12	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden dan Nilai Mean atas Variabel Kualitas Produk (X2).....	52
Tabel 4.13	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden dan Nilai Mean atas Variabel Brand Identity (X3)	54
Tabel 4.14	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden dan Nilai Mean atas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	55
Tabel 4.15	Hasil Uji Analisis Linier Berganda.....	57
Tabel 4.16	Model Summary	59
Tabel 4.17	Hasil Uji Parsial (Uji t).....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model perilaku konsumen menurut Kotler.....	22
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir	25
Gambar 4.1 Logo Jokotole <i>Collection</i>	36
Gambar 4.2 Produk Jokotole <i>Collection</i>	36

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	69
Lampiran 2 Tabulasi Karakteristik Responden.....	73
Lampiran 3 Tabulasi Variabel.....	76
Lampiran 4 Uji Instrumen.....	86
Lampiran 5 Analisis Data.....	90
Lampiran 6 Kartu Bimbingan.....	92
Lampiran 7 Perintah Revisi.....	94
Lampiran 8 Hasil Turnitin.....	97