

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, DESAIN PRODUK
DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
JILBAB RABBANI PUCANG SURABAYA**



Oleh :

PUJI RAHAYU
NBI : 1211408509

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2018**

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, DESAIN PRODUK
DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
JILBAB RABBANI PUCANG SURABAYA**



Oleh :

PUJI RAHAYU
NBI : 1211408509

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2018**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, DESAIN PRODUK DAN
LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JILBAB
RABBANI PUCANG SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna
Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen**

Oleh :

PUJI RAHAYU

NBI : 1211408509

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2018**

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Nama : **PUJI RAHAYU**

N.B.I : **1211408509**

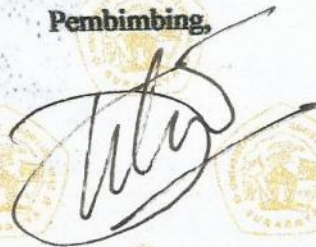
Program Studi : **MANAJEMEN**

Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS PRODUK,
DESAIN PRODUK DAN LOKASI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
JILBAB RABBANI PUCANG SURABAYA**

Surabaya, 8 Februari 2018

Mengetahui/Menyetujui

Pembimbing,



Dra. Yulyar Kartika Wijayanti, MM.

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Dipertahankan didepan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada tanggal : 13 Februari 2018

TIM PENGUJI :

1. Dra. Ec. Hj. Endang Setyowati, M.Si. - Ketua
2. Dra. Yulyar Kartika Wijayanti, MM. - Anggota
3. Drs. Kridho Hari Gunawan, M.S. - Anggota

TANDA TANGAN



Mengesahkan

Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dekan,



Dr. Slamet Riyadi, M.Si., Ak. CA

NPP. 20220.93.0319

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Yang Bertanda Tangan dibawah ini :

- Nama : Puji Rahayu
- Agama : Islam
- Alamat Rumah : Kalilom Lor Indah Gg. Pisang No. 5 Surabaya

Dengan ini menyatakan Skripsi yang berjudul :

"Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Rabbani Pucang Surabaya"

Adalah hasil kerja Tulisan saya sendiri bukan hasil plagiat dari Karya Tulisan Orang lain baik berupa Artikel; Skripsi ; Thesis ataupun Disertasi.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika di kemudia hari ternyata terbukti bahwa Skripsi yang kami tulis adalah hasil Plagiat maka kami bersedia menerima sanksi. Dan saya bertanggung jawab secara mandiri tidak ada sangkut pautnya dengan Dosen Pembimbing dan Kelembaganaan Fak Ekonomi Untag Surabaya.

Surabaya, 12 Agustus 2018

Yang Membuat



Puji Rahayu

MOTTO

“Semua orang bisa bermimpi, tapi tidak semua orang bisa mewujudkan mimpi itu, berusaha dan kerja keras akan selalu membuahkan hasil untuk mengejar mimpi”

KATA PENGANTAR

Puji Tuhan penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan kesempatan untuk dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul “PENGARUH KUALITAS PRODUK, DESAIN PRODUK DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JILBAB RABBANI PUCANG SURABAYA”. Penulisan ini dimaksudkan untuk memenuhi syarat dalam mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan, sehingga penulisan ini masih jauh dari kata sempurna. Meski penelitian skripsi ini jauh dari sempurna, semoga skripsi ini dapat membantu dan bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis tidak lepas dari bantuan pihak-pihak lain. Dalam kesempatan ini izinkan penulis mengucapkan terimakasih atas bantuan, doa, motivasi dan pengarahan kepada :

1. Bapak Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA.,CPAI. Selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945.
2. Bapak Dr. H. Slamet Riyadi, Msi., Ak. CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi.
3. Ibu Dra.Ec. Ulfi Pristiana. MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Ibu Dra. Yuliar Kartika, MM. selaku Dosen Pembimbing penulis.
5. Ibu Dra. I. A. Sri Brahmayanti, MM. selaku Dosen Wali.
6. Bapak dan Ibu Dosen Manajemen.
7. Bapak dan Ibu Staff Fakultas Ekonomi.
8. Orang tua Penulis.
9. Adik dan Keluarga Besar Penulis.
10. Pasangan Penulis Oksa Tegar .S.
11. Teman saya Ulfa yang telah banyak membantu saya dan saling support satu sama lain

12. Semua sahabat-sahabat dan teman-teman penulis, Tunga, Novia, Eka, Tika dan lainnya yang tidak bisa di sebutkan namanya satu persatu.
13. Semua guru-guru yang pernah membagikan ilmu kepada penulis.
14. Semua orang yang hadir dalam kehidupan penulis yang telah membantu penulis.

Hanya ucapan terimakasih dan doa yang bisa penulis balaskan untuk semuanya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Surabaya, 06 Februari 2018

Puji Rahayu

ABSTRACT

In this research, the researcher wants to know the condition of consumer Rabbani Hijab Pucang Surabaya and what influences purchasing decision made by consumers. Therefore the researcher took the title of Products, and Product Sales Decision Veil Rabbani Pucang Surabaya.

The method in this research is quantitative, with primary data source taken directly from consumer of Rabbani Pucang Surabaya veil. Data with questionnaires to 100 respondents, using the calculation of Reactivity Test and Validity Test, while the questionnaire test is done by Double Linear Regression Test, T Test, F Test, and Coefficient of Determination (R²).

The result of analysis in SPSS calculation study using t test (partial), that is Product Quality variable (KPK), t count 11,750 with significant value of 0,000 <0,05, this indicates individual KPI variable to decision of purchasing veil Rabbani Pucang Surabaya. The second independent variable that is Product Design (DPK) is negatively negative to the purchase decision of Rabbani Pucang Surabaya veil with significance value equal to 0,797 > 0,05. Location (Lk) variable significantly negative to the decision of purchasing veil Rabbani Pucang Surabaya with value of significance 0,034 > 0,05. The result of F test simultaneously product quality, product design and location of purchase decision of veil Rabbani Pucang Surabaya, proved with value of Fcount equal to 121,196 with significance 0,000 <0,05. The most dominant influence on purchasing decisions is a product with a significance score of 0,000 which means probability of error in testing, so most of the purchasing decision of Rabbani Pucang Surabaya headscarf.

Keywords: product quality, product design, location, purchase decision

RINGKASAN

Dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui kondisi konsumen Jilbab Rabbani Pucang Surabaya dan apa yang mempengaruhi keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Oleh karena itu peneliti mengambil judul Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk dan Lokasi Pembelian Keputusan Jilbab Rabbani Pucang Surabaya.

Metode dalam penelitian ini bersifat kuantitatif, dengan sumber data primer yang diambil langsung dari konsumen kerudung Rabbani Pucang Surabaya. Data dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden, dengan menggunakan perhitungan Uji Reabilitas dan Uji Validitas, sedangkan uji kuesioner dilakukan dengan Uji Regresi Linier Berganda, Uji T, Uji F, dan Koefisien Determinasi (R^2).

Hasil analisis dalam studi perhitungan SPSS dengan menggunakan uji t (parsial), bahwa variabel Kualitas Produk (KPk), t hitung 11,750 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk (KPk) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian jilbab Rabbani Pucang Surabaya. Variabel bebas kedua yaitu Desain Produk (DPk) berpengaruh negatif signifikan terhadap keputusan pembelian kerudung Rabbani Pucang Surabaya dengan nilai signifikansi sebesar $0,797 > 0,05$. Variabel Lokasi (Lk) berpengaruh negative signifikan terhadap keputusan pembelian kerudung Rabbani Pucang Surabaya dengan nilai signifikansi $0,034 > 0,05$. Hasil uji F secara simultan kualitas produk, desain produk dan lokasi keputusan pembelian jilbab Rabbani Pucang Surabaya, dibuktikan dengan nilai F_{hitung} sebesar 121,196 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Pengaruh yang paling dominan terhadap keputusan pembelian adalah kualitas produk dengan nilai signifikansi $0,000$ yang berarti probabilitas kesalahan terendah dalam pengujian, sehingga berpengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian jilbab Rabbani Pucang Surabaya.

Kata kunci: kualitas produk, desain produk, lokasi, keputusan pembelian

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRACT	iii
RINGKASAN	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori.....	6
2.1.1. Pengertian Pemasaran.....	6
2.1.2. Bauran Pemasaran.....	8
2.1.3. Produk.....	10
2.1.3.1. Pengertian Produk.....	10
2.1.3.2. Tingkatan Produk.....	10
2.1.4. Kualitas Produk.....	11
2.1.4.1. Pengertian Kualitas Produk.....	11
2.1.4.2. Siklus Hidup Produk.....	12
2.1.5. Desain Produk.....	14
2.1.5.1. Pengertian Desain Produk.....	14

2.1.6.	Lokasi	16
	2.1.6.1. Pengertian Lokasi	16
2.1.7.	Perilaku Konsumen	17
	2.1.7.1. Pengertian Perilaku Konsumen	17
	2.1.7.2. Model Perilaku Konsumen	18
	2.1.7.3. Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen	19
2.1.8.	Keputusan Pembelian	21
	2.1.8.1. Pengertian Keputusan Pembelian	21
	2.1.8.2. Tahap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	22
2.1.9.	Hubungan Variabel Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	23
2.1.10.	Hubungan Variabel Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian	24
2.1.11.	Hubungan Variabel Lokasi terhadap Keputusan Pembelian	24
2.2.	Penelitian Terdahulu	25
2.3.	Kerangka Konseptual	37
2.4.	Hipotesis	38

BAB III METODE PENELITIAN

3.1.	Desain Penelitian	39
3.2.	Tempat Dan Waktu	39
3.3.	Jenis dan Sumber Data	39
	3.3.1. Jenis Data	39
	3.3.2. Sumber Data	39
3.4.	Populasi Dan Sampel	40
	3.4.1. Populasi	40
	3.4.2. Sampel	40
3.5.	Teknik Pengambilan Data	41
3.6.	Definisi Variabel dan Definisi Operasional	41
	3.6.1. Definisi Variabel	41

3.6.2. Definisi Operasional.....	42
3.7. Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.8. Kerangka Konseptual/Metode Analisis.....	45
3.9. Proses Pengolahan Data.....	45
3.9.1. Input.....	46
3.9.2. Process.....	46
3.9.3. Output.....	46
3.10. Teknik Pengujian Hipotesis dan Analisis Data.....	47
3.10.1. Uji Intrument.....	47
3.10.2. Uji Hipotesis.....	47
3.10.3. Teknik Analisis Data.....	49

BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

4.1. Sejarah Perusahaan.....	51
4.2. Visi dan Misi Perusahaan.....	52
4.2.1. Visi Umum Perusahaan.....	52
4.2.2. Visi Khusus Perusahaan.....	52
4.2.3. Misi Perusahaan.....	52
4.3. Budaya Perusahaan.....	53
4.4. Nilai Inti Rabbani (<i>Core Value</i>).....	54
4.5. Struktur Organisasi Perusahaan.....	55

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1. Deskripsi Hasil Penelitian.....	56
5.1.1. Persepsi Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk.....	56
5.1.2. Persepsi Responden Terhadap Variabel Desain Produk.....	57
5.1.3. Persepsi Responden Terhadap Variabel Lokasi.....	58
5.1.4. Persepsi Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	59
5.1.5. Hasil Penelitian.....	60
5.2. Uji Instrumen.....	61

5.2.1.	Uji Reabilitas	61
5.2.2.	Uji Validitas	63
5.3.	Pengujian Hipotesis	65
5.3.1.	Hasil Analisa Regresi Linear Berganda	65
5.3.2.	Uji t	65
5.3.3.	Uji F	66
5.3.4.	Koefisien Determinan (R^2)	67
5.4.	Pembahasan Hasil Penelitian	67
5.4.1.	Pengaruh Kualitas Produk (KPk) terhadap Keputusan Pembeli (KPe) Jilbab Rabbani Pucang Surabaya	67
5.4.2.	Pengaruh Desain Produk (DPk) terhadap Keputusan Pembelian (KPe) Jilbab Rabbani Pucang Surabaya	68
5.4.3.	Pengaruh Lokasi (Lk) terhadap Keputusan Pembelian (KPe) Jilbab Rabbani Pucang Surabaya	68
5.4.4.	Pengaruh Kualitas Produk (KPk), Desain Produk (DPk) dan Lokasi (Lk) terhadap Keputusan Pembeli (KPe) Jilbab Rabbani Pucang Surabaya	68
5.4.5.	Pengaruh yang paling dominan diantara variabel Kualitas Produk (KPk), Desain Produk (DPk) dan Lokasi (Lk) terhadap Keputusan Pembeli (KPe) Jilbab Rabbani Pucang Surabaya	69

BAB VI SIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

6.1.	Simpulan	70
6.2.	Implikasi dan Rekomendasi	71
6.3.	Saran	71

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

TABEL 2.1.	PENELITIAN GIORDANO (2017) DAN PENELITIAN SEKARANG (2017).....	26
TABEL 2.2.	PENELITIAN IFUL ANWAR (2015) DAN PENELITIAN SEKARANG (2017).....	27
TABEL 2.3.	PENELITIAN TAMARA (2016) DAN PENELITIAN SEKARANG (2017).....	29
TABEL 2.4.	PENELITIAN DONI DEFRIANSYAH (2017) DAN PENELITIAN SEKARANG (2017).....	30
TABEL 2.5.	PENELITIAN SYAMSUL ARIFIN (2013) DAN PENELITIAN SEKARANG (2017).....	31
TABEL 2.6.	PENELITIAN TINA MARTINI (2015) DAN PENELITIAN SEKARANG (2017).....	32
TABEL 2.7.	PENELITIAN MAHMUD (2014) DAN PENELITIAN SEKARANG (2017).....	33
TABEL 2.8.	PENELITIAN SUPIRMAN (2016) DAN PENELITIAN SEKARANG (2017).....	34
TABEL 2.9.	PENELITIAN ARI WIBOWO (2014) DAN PENELITIAN SEKARANG (2017).....	35
TABEL 2.10.	PENELITIAN BASRAH, et al (2013) DAN PENELITIAN SEKARANG (2017).....	37
TABEL 5.1	PERTANYAAN KUALITAS PRODUK.....	56
TABEL 5.2	PERTANYAAN DESAIN PRODUK.....	57

TABEL 5.3 PERTANYAAN LOKASI	58
TABEL 5.4 PERTANYAAN KEPUTUSAN PEMBELIAN	59
TABEL 5.5 HASIL UJI REABILITAS	61
TABEL 5.6 UJI VALIDITAS	63
TABEL 5.7 HASIL ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA	65
TABEL 5.8 HASIL UJI F	66
TABEL 5.9 KOEFISIEN DETERMINAN (R^2)	67

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 2.1. KONSEP PEMASARAN	7
GAMBAR 2.2. KOMPONEN 4P DALAM BAURAN PEMASARAN	9
GAMBAR 2.3. SIKLUS HIDUP PRODUK	13
GAMBAR 2.4. MODEL PERILAKU PEMBELI	18
GAMBAR 2.5. KERANGKA KONSEPTUAL	37
GAMBAR 3.1. KERANGKA KONSEPTUAL	45
GAMBAR 3.2. PROSES PENGOLAHAN DATA	46
GAMBAR 4.1 STRUKTUR ORGANISASI PERUSAHAAN	55