

**ANALISIS PENGARUH HARGA, *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK  
DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
SARUNG DI PT SUKORINTEX**



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
2020**

## SKRIPSI

### ANALISIS PENGARUH HARGA, *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SARUNG DI PT SUKORINTEX

Oleh:

ABDULLAH BASORAH  
NPM :13.312.099

Telah dipertahankan di depan penguji  
Pada tanggal: 22 Juli 2020

Pembimbing 1

**Sukaris, S.E., M.S.M**  
NIP : 03 138 909 016

Penguji 1

**Anita Handayani, S.E, MSM**  
NIP : 03111507177

Penguji 2

**Abdurrahman Faris, S.E., MSM**  
NIP : 03111507176

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen

**Suwarno, S.E., M.Si**  
NIP : 03219604028

**Anita Handayani, S.E, MSM**  
NIP : 03111507177

## **MOTTO**

*"Kesalahan akan membuat orang belajar dan menjadi lebih baik"*

*"Selama ada keyakinan, semua akan menjadi mungkin"*

*"Berusaha menjadi pribadi yang lebih baik untuk hari selanjutnya dan berguna bagi orang lain."*

*"Allah senantiasa menolong hamba jika seorang hamba tersebut menolong saudaranya"*

-HR. Bukhori dan Muslim-

## **PERSEMBAHAN**

Dengan rasa bangga dan bahagia saya bersyukur rasa dan terima kasih saya kepada:

1. Allah SWT, karena hanya atas izin dan karuniaNyalah maka skripsi ini dapat diwujudkan.
2. Bapak dan Ibu saya, yang telah memberikan dukungan moril maupun materi serta do'a yang tiada henti untuk kesuksesan saya, karena tiada kata seindah lantunan do'a dan tiada do'a yang paling khusuk selain do'a yang terucap dari orang tua. Ucapan terimakasih saja takkan pernah cukup untuk membalas kebaikan orang tua, karena itu terimalah persembahan bakti dan cinta ku untuk kalian bapak ibuku.

Terima kasih yang sebesar-besarnya untuk kalian semua, akhir kata saya persembahkan skripsi ini untuk kalian semua, orang-orang yang saya sayangi. Dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna untuk kemajuan ilmu pengetahuan di masa yang akan datang, Aamiinnn

## **PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI**

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul : “*Analisi Pengaruh Harga, Brand Image, Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sarung di PT Sukorintex*”.

dan diajukan untuk diuji pada tanggal 22 Juli 2020 adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberi pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut diatas baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan universitas batal saya terima.

Gresik, 22 Juli 2020  
Yang membuat pernyataan

**Abdullah Basorah**

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur atas kehadirat Allah SWT. Atas segala Rahmat dan Hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “*Analisi Pengaruh Harga, Brand Image, Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sarung di PT Sukorintex* sebagai salah satu syarat dalam penyelesaian studi Sarjana Strata 1 (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Gresik.

Dalam penyelesaian penulisan ini, segala upaya maksimal telah peneliti berikan untuk mendapatkan hasil yang terbaik agar kelak dapat bermanfaat bagi berbagai pihak yang memerlukan. Skripsi ini dapat tersusun dengan baik tentunya dengan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, secara khusus peneliti menyampaikan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Setyo Budi, M.S selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Gresik.
2. Suwarno, S.E., M. Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Gresik.
3. Anita Handayani, S.E., M.S.M selaku Kepala Prodi Jurusan Program Studi Manajemen dan Bisnis
4. Sukaris, S.E., M.S.M selaku dosen pembimbing skripsi.
5. Dosen-dosen, staf pengajar, dan karyawan di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Gresik yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
6. Kedua orang tua saya, Atas cinta dan kasih sayangnya beserta doa, semangat, dan dukungan yang tak pernah putus.
7. Saudara – saudara peneliti, atas kesabaran dan cintanya beserta doa, semangat, dan dukungan yang tak pernah putus.
8. Sahabat - sahabat yang membantu memberikan dukungan kepada peneliti dan berjuang bersama dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, baik yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu dan menolong segala keperluan dan kepentingan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan dan pengalaman yang dimiliki peneliti. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun senantiasa peneliti harapkan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi praktisi maupun penelitian selanjutnya.

*Wassalamu`alaikum Wr. Wb.*

Gresik, 05 Juli 2020

Peneliti

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	i
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	ii
<b>MOTTO .....</b>	iii
<b>PERSEMBERAHAN .....</b>	iv
<b>PERYATAAN KEASLIAN .....</b>	v
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	vi
<b>DAFTAR ISI .....</b>	vii
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	x
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	xi
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	xii
<b>ABSTRAKSI .....</b>	xiii
<b>ABSTRACT .....</b>	xiv
 <b>BAB I :PENDAHULUAN.....</b>	 1
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	8
1.3    Tujuan Penelitian.....	8
1.4    Manfaat Penelitian .....	9
 <b>BAB II :TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	 9
2.1    Penelitian Terdahulu .....	10
2.2    Landasan Teori.....	12
2.2.1    Manajemen Pemasaran .....	12
2.2.2    Konsep Umum Pemasaran .....	14
2.2.3    Harga .....	14
2.2.3.1    Pengertian Harga .....	14
2.2.3.2    Tujuan Penentuan Harga .....	16
2.2.3.3    Metode Penetapan Harga .....	18
2.2.3.4    Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penentuan Harga .....	19
2.2.3.5    Indikator Harga.....	21
2.2.4 <i>Brand Image</i> .....	22
2.2.4.1    Pengertian <i>Brand Image</i> .....	22
2.2.4.2    Pengukuran <i>Brand Image</i> .....	23
2.2.4.3    Indikator <i>Brand Image</i> .....	23
2.2.5    Kualitas Produk .....	24
2.2.5.1    Pengertian Kualitas Produk .....	24
2.2.5.2    Tahap-tahap untuk Mengelola Kualitas Produk	25

2.2.5.3	Indikator Kualitas Produk.....	25
2.2.6	Desain Produk .....	26
2.2.6.1	Pengertian Desain Produk .....	26
2.2.6.2	Tujuan Desain Produk .....	27
2.2.6.3	Strategi Desain Produk .....	27
2.2.6.4	Metode Desain Produk .....	28
2.2.6.5	Indikator Desain Produk .....	29
2.2.7	Keputusan Pembelian .....	30
2.2.7.1	Pengertian Keputusan Pembelian .....	30
2.2.7.2	Proses Keputusan Pembelian Konsumen .....	31
2.2.7.3	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	33
2.2.7.4	Indikator Keputusan Pembelian.....	38
2.3	Hubungan Antar Variabel .....	38
2.3.1	Hubungan Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	38
2.3.2	Hubungan <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	38
2.3.3	Hubungan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	39
2.3.4	Hubungan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	40
2.4	Kerangka Berpikir.....	40
2.5	Hipotesis .....	41
<b>BAB III</b>	<b>: METODE PENELITIAN.....</b>	<b>42</b>
3.1	Pendekatan Penelitian .....	42
3.2	Lokasi Penelitian .....	42
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian .....	42
3.3.1	Populasi .....	42
3.3.2	Sampel .....	43
3.4	Identifikasi Variabel dan Definisi Operasional Variabel .....	44
3.4.1	Identifikasi Variabel .....	44
3.4.2	Definisi Operasional Variabel .....	44
3.5.	Pengukuran Variabel.....	47
3.6.	Jenis dan Sumber Data .....	47
3.6.1	Jenis Data .....	47
3.6.2	Sumber Data .....	47
3.7.	Teknik Pengambilan Data.....	48
3.8.	Uji Instrument .....	48
3.8.1	Uji Validitas.....	48
3.8.2	Uji Reliabilitas.....	49
3.9	Uji Asumsi Klasik .....	49
3.9.1	Uji Normalitas .....	49

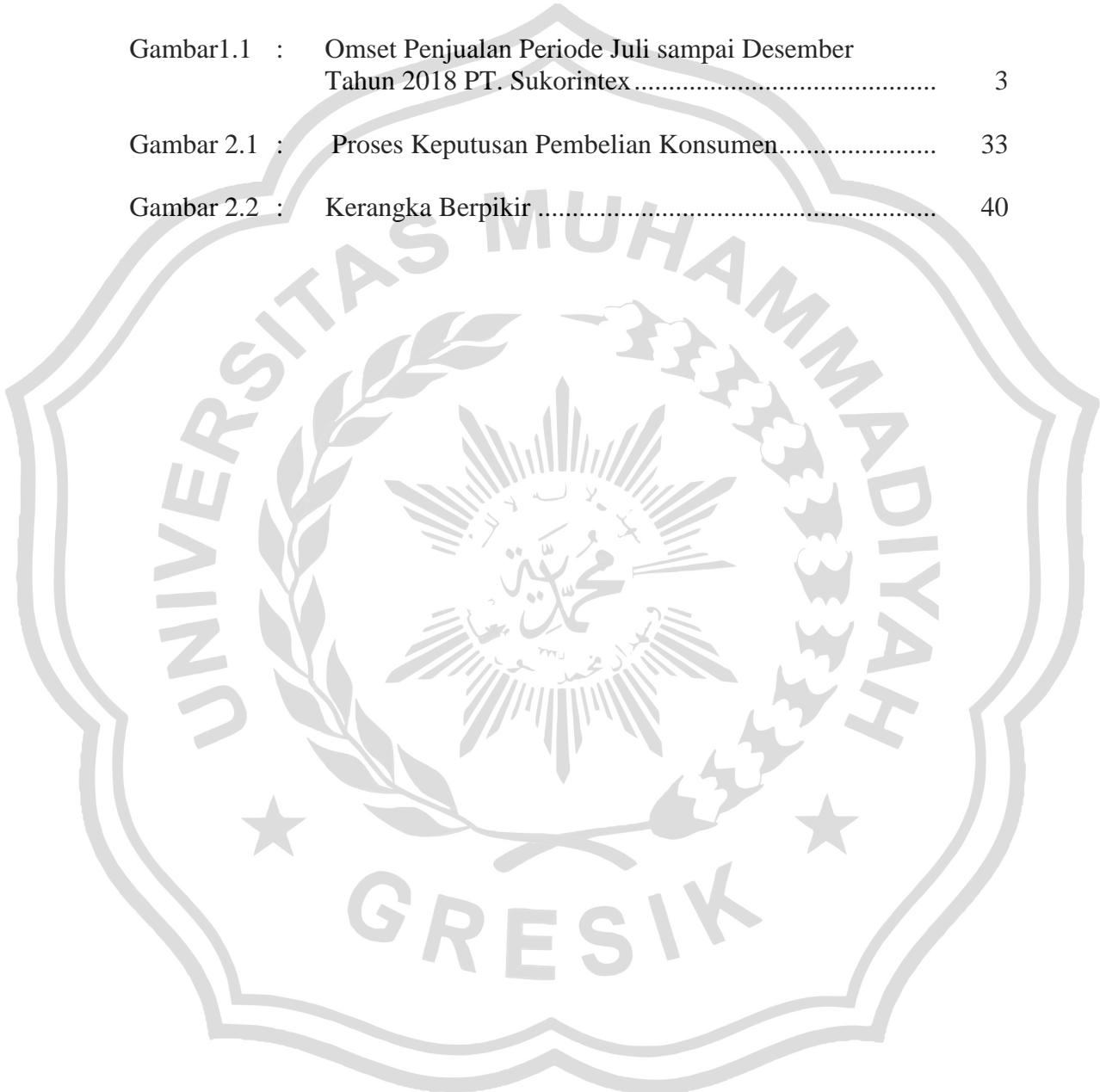
3.9.2	Uji Multikolinearitas.....	50
3.9.3	Uji Heteroskedastisitas .....	50
3.10	Teknik Analisis Data .....	50
3.10.1	Analisis Regresi Linier Berganda .....	51
3.10.2	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	51
3.11	Uji Hipotesis .....	52
3.11.1	Uji t (Uji Parsial) .....	52
3.11.2	Uji Kelayakan Model .....	53
<b>BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN INTERPRETASI .....</b>		<b>54</b>
4.1	Gambaran Umum Perusahaan .....	54
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian .....	55
4.2.1	Karakteristik Responden.....	55
4.2.2	Deskripsi Responden .....	56
4.3.	Tanggapan Responden .....	57
4.3.1	Harga ( $X_1$ ).....	58
4.3.2	<i>Brand Image</i> ( $X_2$ ) .....	59
4.3.3	Kualitas Produk ( $X_3$ ) .....	61
4.3.4	Desain Produk ( $X_4$ ) .....	62
4.3.5	Keputusan Pembelian (Y).....	64
4.4	Uji Instrumen .....	65
4.4.1	Uji Validitas.....	65
4.4.2	Uji Reliabilitas .....	66
4.5	Uji Asumsi Klasik .....	67
4.5.1	Uji Normalitas .....	67
4.5.2	Uji Multikolinieritas .....	68
4.5.3	Uji Heteroskedastisitas .....	68
4.6	Analisis Data .....	69
4.6.1	Analisis Regresi Linier Berganda .....	69
4.6.2	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	71
4.7	Uji Hipotesis .....	72
4.7.1	Uji t .....	72
4.7.2	Uji Kelayakan Model .....	7
4.4	Interpretasi Hasil.....	74
<b>BAB V : SIMPULAN DAN REKOMENDASI .....</b>		<b>78</b>
5.1	Simpulan .....	78
5.2	Rekomendasi .....	78
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>80</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>		

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 : <i>TOP Brand Award</i> Kategori Sarung Tenun Tahun 2018 .....	5
Tabel 2.1 : Hasil Penelitian Terdahulu .....	12
Tabel 4.1 : Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	56
Tabel 4.2 : Karakteristik Berdasarkan Usia .....	57
Tabel 4.3 : Tanggapan Responden .....	58
Tabel 4.4 : Tanggapan dan Penilaian Responden Tentang Harga ( $X_1$ ) .....	58
Tabel 4.5 : Tanggapan dan Penilaian Responden Tentang <i>Brand Image</i> ( $X_2$ ) .....	60
Tabel 4.6 : Tanggapan dan Penilaian Responden Tentang Kualitas Produk ( $X_3$ ) .....	61
Tabel 4.7 : Tanggapan dan Penilaian Responden Tentang Desain Produk ( $X_4$ ) .....	63
Tabel 4.8 : Tanggapan dan Penilaian Responden Tentang Keputusan Pembelian (Y) .....	64
Tabel 4.9 : Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian .....	65
Tabel 4.10 : Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas .....	67
Tabel 4.11 : Hasil Uji Normalitas .....	67
Tabel 4.12 : Hasil Uji Multikolonieritas .....	68
Tabel 4.13 : Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	69
Tabel 4.14 : Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	70
Tabel 4.15 : Hasil Analisis Koefisien Determiniasi ( $R^2$ ) .....	72
Tabel 4.16 : Hasil Analisis Uji t .....	73
Tabel 4.17 : Hasil Uji Kelayakan Model .....	74

## **DAFTAR GAMBAR**

	Halaman
Gambar1.1 : Omset Penjualan Periode Juli sampai Desember Tahun 2018 PT. Sukorintex .....	3
Gambar 2.1 : Proses Keputusan Pembelian Konsumen.....	33
Gambar 2.2 : Kerangka Berpikir .....	40



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Jadwal Penelitian

Lampiran 2 Kuisioner

Lampiran 3 Rekapitulasi Jawaban Responden

Lampiran 4 Hasil Output SPSS

Lampiran 5 Tabel r



Abdullah Basorah, 13312099, **Analisi Pengaruh Harga, Brand Image, Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sarung di PT Sukorintex**, Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Gresik, Juli 2020.

## Abstraksi

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel Pengaruh Harga, *Brand Image*, Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sarung di PT Sukorintex. Jenis penelitian ini menggunakan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel *nonprobability sampling* dan menggunakan metode *ancidental sampling* dengan jumlah penentuan sampel adalah 96 responden. Hasil penelitian terbukti menunjukkan bahwa variabel harga dan *brand image* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan variabel kualitas produk dan desain produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian sarung di PT Sukorintex.

Kata Kunci : Harga, *Brand Image*, Kualitas Produk, Desain Produk, Keputusan pembelian.

Abdullah Basorah, 13312099, *Analysis of the Effect of Price, Brand Image, Product Quality and Product Design on the Purchasing Decision of Sarong in PT Sukorintex*, Management, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University Gresik, July 2020.

### *Abstract*

*This study aims to analyze the influence of the variables Influence of Price, Brand Image, Product Quality and Product Design on the Purchasing Decision of Sarong at PT Sukorintex. This type of research uses quantitative. The sampling technique is nonprobability sampling and uses the method of accidental sampling with a total sample determination of 96 respondents. The results are proven to show that the price and brand image variables significantly influence purchasing decisions, while the product quality and product design variables do not influence the purchasing decision of gloves at PT Sukorintex.*

*Keywords:* Price, Brand Image, Product Quality, Product Design, Buying decision.