



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, FITUR, DESAIN
PRODUK, DAN KEPERCAYAAN PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

TESIS

**Ubaedilah
55118120028**

MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2020**



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, FITUR, DESAIN
PRODUK, DAN KEPERCAYAAN PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana
Program Studi Magister Manajemen

**UNIVERSITAS
Mercedilalah
55118120028
MERCU BUANA**


**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2020**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : PENGARUH KUALITAS PRODUK, FITUR, DESAIN PRODUK, DAN KEPERCAYAAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
Bentuk Tesis : Penelitian / Kajian Masalah Perusahaan
Nama : UBAEDILAH
NIM : 55118120028
Program Studi : Magister Manajemen / MPO
Tanggal : 29 Januari 2021

Mengesahkan

Pembimbing



(Dr. Tukhas Shilul Imaroh, M.M)

Direktur Program Pascasarjana

Ketua Program Studi
Magister Manajemen



(Prof. Dr. -Ing. Mudrik Alaydrus)



(Dudi Permana M.M., Ph.D)

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : UBAEDILAH
NIM : 55118120028
Program Studi : PASCA SARJANA – MAGISTER MANAGEMEN

dengan judul

“The influence of Product quality, Product features, Product design and Product Trust on purchase decisions”,

telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 15/12/2020, didapatkan nilai persentase sebesar 21 %.

Jakarta, 15 Desember 2020

Administrator Turnitin

UNIVERSITAS
MERCUBUANA

Arie Pangudi, A.Md

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : PENGARUH KUALITAS PRODUK, FITUR, DESAIN PRODUK, DAN KEPERCAYAAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
Bentuk Tesis : Penelitian / Kajian Masalah Perusahaan
Nama : Ubaedilah
NIM : 55118120028
Program : Magister Manajemen
Tanggal : 03 Januari 2021

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahan data yang disajikan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 03 Januari 2021



(Ubaedilah)

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of product quality, product features, product design and product trust variables on purchase decisions from Wuling Motors products. Therefore, it would increase the amount of production. Through primary data gathered from respondents' questionnaires. This research was conducted throughout Indonesia with a total of 397 respondents. The sampling in this research used the Slovin formula method by margin of 5% errors. The analytical tool currently uses regression analysis. To test these research hypothesis by the T-test and F-test and descriptive analysis. The research outcomes from this research indicated that the product quality, product features, product design and product trust significantly affects purchasing decisions. But simultaneously, these four variables could describe their relations to purchasing decisions with an R-square value of 62.8%. This research was expected that Wuling motors manufacturers could improve its product quality, product features, product design and product trust, so that purchasing decisions would increase.

Keywords: Product Quality, Features, Product Design, Product Trustworthiness, Purchase decision, Production,



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas produk, fitur, desain produk, dan kepercayaan produk terhadap keputusan pembelian pada produk Wuling Motors, sehingga dapat meningkatkan jumlah produksi. Menggunakan Data primer dengan melalui kuesioner dari responden. Penelitian ini dilakukan diseluruh wilayah Indonesia, dengan jumlah responden 397 orang. *Sampling* dalam penelitian ini menggunakan metode *simple random sampling* dengan rumus slovin. Analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi. Pengujian hipotesis penelitian menggunakan uji t dan uji F serta analisis deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas produk, Fitur, Desain Produk, dan Kepercayaan Produk mempengaruhi keputusan pembelian secara signifikan. Namun secara simultan, keempat variable tersebut mampu menjelaskan keterkaitannya terhadap keputusan pembelian dengan nilai *R-square* sebesar 62.8%. Dengan penelitian ini, diharapkan produsen Wuling motors dapat meningkatkan kualitas produk, fitur, desain produk, dan kepercayaan produk, sehingga keputusan pembelian dapat meningkat.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Fitur, Desain Produk, Kepercayaan Produk, Keputusan pembelian, Produksi



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas berkah, rahmat dan karunia-Nya di dalam penyusunan Tesis yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Fitur, Desain Produk, dan Kepercayaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian” sehingga dapat terselesaikan. Tesis ini merupakan hasil dari pengamatan serta implementasi materi yang diperoleh penulis selama menempuh masa pendidikan di kampus ditambah dengan pengalaman mengenai keadaan dan situasi di dunia kerja.

Hambatan dan tantangan selalu mengiringi dalam setiap proses yang dilalui oleh penulis dalam upaya penyusunan Tesis ini. Masih terdapat banyak kekurangan di dalam penyusunan Tesis ini baik dari segi hasil maupun proses yang telah dilakukan. Oleh karena itu penulis selalu berharap ada masukan positif yang bersifat membangun dari setiap kekurangan tersebut.

Tesis ini disusun atas bantuan dari berbagai pihak yang terlibat baik secara langsung maupun tidak langsung. Penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah mendukung hingga terselesaikannya Tesis ini, yaitu kepada:

- 1) Keluarga tercinta, yaitu istriku Fitriyani S. Farm., Apt, putraku Eka Bima Husnul Abdillah, Ayahku Bpk. H. Masyudi dan Alm. Bpk. Moch Ikhsan serta Ibuku Ibu Hj. Musinah dan Alm. Ibu Rubiatun dan seluruh keluargaku. Penulis mengucapkan terimakasih untuk semua yang telah diberikan dalam bentuk dukungan, doa, kasih sayang dan pengorbanan yang menjadi motivasi terbesar bagi penulis di dalam menyelesaikan Tesis ini.
- 2) Dr. Tukhas Shilul Imaroh, M.M selaku dosen pembimbing yang telah mengarahkan, memotivasi dan memberikan masukan, yang sangat bermanfaat dalam merealisasikan rangkaian penulisan Tesis ini.
- 3) Dudi Permana, Ph.D selaku ketua program studi, seluruh Dosen-dosen pengajar, serta para petugas TU di program studi Magister Manajemen Program Pasca Sarjana Universitas Mercubuana yang telah memberikan bantuan, bimbingan, ilmu pengetahuan dan pengalaman serta motivasi yang sangat bermanfaat dalam

rangkaian penulisan Tesis ini dan pelaksanaan perkuliahan di Universitas Mercubuana .

- 4) Saudara atau sahabatku Elyus Dwi Erwanto, ST., MM, Jumali, Spd serta rekan-rekan tim Tesis yaitu Bapak Zainal Arifin, Ibu Nungky, dan seluruh mahasiswa - mahasiswi program pascasarjana Magister Manajemen angkatan 2018 Universitas Mercu Buana yang bersama-sama telah berjuang keras selama proses perkuliahan hingga penyelesaian Tesis ini. Terima kasih atas semua diskusi, motivasi, dukungan dan koreksinya.
- 5) Semua pihak pendukung, yang tidak bisa penulis sebutkan satu demi satu yang telah berjasa memberikan bantuan kepada penulis dalam penyelesaian Tesis ini.

Penulis menyadari bahwa Tesis ini masih jauh dari kesempurnaan dikarenakan segala keterbatasan yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena hal tersebut, maka segala bentuk kritik dan saran yang bersifat membangun yang dapat membuat Tesis ini menjadi lebih baik sangat diharapkan oleh penulis. Akhir kata, semoga Tesis ini dapat bermanfaat positif baik bagi almamater, masyarakat serta pihak-pihak lain yang membutuhkannya serta demi kemajuan ilmu pengetahuan.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, Mei 2020

Penulis

DAFTAR ISI

JUDUL HALAMAN	i
LEMBAR PENGESAHAN SEMINAR HASIL	ii
PERNYATAAN SIMILARITY CHECK	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi, Pembatasan dan Perumusan Masalah Penelitian ..	15
1.2.1 Identifikasi Masalah Penelitian.....	15
1.2.2 Pembatasan Masalah Penelitian	17
1.2.3 Perumusan Masalah Penelitian	17
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	18
1.3.1 Tujuan Penelitian	18
1.3.2 Manfaat Penelitian	19
BAB II. KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Pustaka	21
2.1.1 Produk (<i>Product</i>)	21
2.1.1.1 Pengertian Kualitas	22
2.1.1.2 Kualitas Produk	24
2.1.1.3 Dimensi Kualitas Produk	28
2.1.2 Kepercayaan (<i>Trust</i>).....	30
2.1.2.1 Dimensi Kepercayaan Produk	36
2.1.3 Desain Produk	37

2.1.3.1 Definisi Desain Produk	37
2.1.3.2 Dimensi Desain Produk	38
2.1.4 Fitur	39
2.1.4.1 Definisi Fitur	39
2.1.4.2 Dimensi Fitur	41
2.1.5 Keputusan Pembelian	42
2.1.5.1 Peran Konsumen Dalam Keputusan Pembelian .	45
2.1.5.2 Tahap-Tahap Dalam Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	46
2.1.5.3 Dimensi Keputusan Pembelian	49
2.2 Penelitian Terdahulu	50
2.3 Kerangka Pemikiran	58
2.4 Hipotesis	59

BAB III. METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian	60
3.2 Variabel Penelitian dan Pengukurannya	62
3.3 Jenis dan Sumber Data	64
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian	65
3.4.1 Populasi	66
3.4.2 Sampel Penelitian	67
3.5 Teknik Pengumpulan Data	69
3.6 Desain Kuesioner	73
3.6.1 Format Pertanyaan	73
3.6.2 Skala	74
3.6.3 Sistematika Kuesioner	76
3.7 Metode Pengolahan dan Analisis Data	76
3.7.1 Analisis Deskriptif	77
3.7.2 Uji Reliabilitas	77
3.7.3 Uji Validitas	79
3.7.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	80

3.7.5 Pengujian Hipotesis.....	82
3.8 Alur penelitian	83
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Deskripsi Perusahaan	86
4.1.1 Sejarah Perusahaan	87
4.1.2 Lingkup dan Bidang Usaha	88
4.1.3 Tantangan Bisnis	90
4.2 Hasil Penelitian	92
4.2.1 Profil Responden	93
4.2.2 Pengujian Instrumen Penelitian	97
4.2.2.1 Uji Validitas	97
4.2.2.2 Uji Reliabilitas	101
4.2.3 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	103
4.2.3.1 Data Variabel Kualitas Produk/ <i>Product Quality</i> (PQ) (X_1)	104
4.2.3.2 Data Variabel Fitur Produk (FIT) (X_2)	105
4.2.3.3 Data Variabel Desain Produk (DP) (X_3)	107
4.2.3.4 Data Variabel Kepercayaan Produk (KP) (X_4) ..	108
4.2.3.5 Data Variabel Keputusan Pembelian (KP) (Y) .	110
4.3 Hasil Analisa Data	111
4.3.1 Persamaan Regresi Linear Berganda	111
4.3.2 Pengujian Hipotesis	114
4.3.2.1 Uji Koefisien Regresi secara parsial (Uji t)	114
4.3.2.2 Uji Koefisien Regresi secara bersama- sama (Uji F).....	117
4.3.3 Koefisien Determinasi (R Square)	118
4.3.4 Analisis Koefisien Korelasi	120
4.3.5 Pembahasan	122
4.3.5.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	122

4.3.5.2 Pengaruh Fitur Produk Terhadap Keputusan Pembelian	125
4.3.5.3 Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian	127
4.3.5.4 Pengaruh Kepercayaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian	130
4.3.5.5 Pengaruh Semua Variabel Independen Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian	133
4.3.6 Perbandingan Hasil Penelitian dengan Penelitian Terdahulu	135
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	138
5.2 Saran	139
5.2.1 Saran Manajerial	140
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	141
DAFTAR PUSTAKA	142
LAMPIRAN	149



 UNIVERSITAS
 MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penjualan Kendaraan Domestik dan <i>Forecast</i> 2020	3
Gambar 1.2 Data Penjualan Kendaraan Berdasarkan Tipe Tahun 2013-2019...	4
Gambar 1.3 Data <i>Market Share</i> Kendaraan Berdasarkan <i>Brand</i> 2020	5
Gambar 1.4 Data Penjualan Whole Sales (2017- Maret 2020)	6
Gambar 1.5 Data Penjualan Retail Sales (2017- Maret 2020)	7
Gambar 1.6 Data <i>Wholesales</i> Kendaraan Berdasarkan <i>Segment Low MPV</i> 2018 – 2020 Q1	8
Gambar 1.7 Data <i>Wholesales</i> Kendaraan Berdasarkan <i>Segment Middle MPV</i> 2018 – 2020 Q1	9
Gambar 1.8 Data <i>Wholesales</i> Kendaraan Berdasarkan <i>Segment Middle SUV</i> 2018 – 2020 Q1	10
Gambar 1.9 Data <i>Claim per Units</i> Tahun Pertama (2017- Maret 2020)	10
Gambar 2.1 Produk Wuling Motors (2020)	22
Gambar 2.2 Dimensi Kualitas Produk	30
Gambar 2.3 Dimensi Kepercayaan Produk	37
Gambar 2.4 Dimensi Desain Produk	39
Gambar 2.5 Dimensi Fitur Produk	43
Gambar 2.6 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	47
Gambar 2.7 Dimensi Keputusan Pembelian	50
Gambar 2.8 Kerangka Pemikiran	59
Gambar 3.1 Alur Metode dan Langkah Penelitian	85
Gambar 4.1 Lokasi PT. SGMW Motor Indonesia	86
Gambar 4.2 Proses Pembuatan Mobil di PT SGMW Motor Indonesia	88
Gambar 4.3 Proses Quality Check di PT SGMW Motor Indonesia	89
Gambar 4.4 Usia Reponden	93
Gambar 4.5 Profil Jenjang Pendidikan Responden	95
Gambar 4.6 Tipe Produk Wuling Motor Milik Responden	96
Gambar 4.7 Tampilan Tabel r untuk perhitungan nilai r tabel	98

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil kuesioner Pra- <i>Survey</i>	11
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	51
Tabel 3.1 Kualitas Produk dan Atributnya	62
Tabel 3.2 Fitur Produk dan Atributnya	62
Tabel 3.3 Desain Produk dan Atributnya	63
Tabel 3.4 Kepercayaan Produk dan Atributnya	63
Tabel 3.5 Keputusan Pembelian dan Atributnya	63
Tabel 3.6 Populasi Pembeli Produk Wuling Motors	65
Tabel 3.7 Tabel Isaac dan Michael	67
Tabel 3.8 Pedoman Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi Normal	81
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	93
Tabel 4.2 Profesi Responden	94
Tabel 4.3 Penghasilan Responden	95
Tabel 4.4. Hasil Uji Validitas Kualitas Produk/ <i>Product Quality</i> (PQ)	99
Tabel 4.5. Hasil Uji Validitas Fitur Produk (FIT)	99
Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas Desain Produk (DP)	100
Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas Kepercayaan Produk (KP)	100
Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian/ <i>Purchasing Decision</i> (PD)	101
Tabel 4.9. Tabel Hasil Uji Reliabilitas Variabel Instrumen	102
Tabel 4.10. Distribusi Frekuensi Skor Variabel X_1	104
Tabel 4.11. Tabulasi Jawaban Responden untuk Variabel X_1	105
Tabel 4.12. Distribusi Frekuensi Skor Variabel X_2	106
Tabel 4.13. Tabulasi Jawaban Responden untuk Variabel X_2	106
Tabel 4.14. Distribusi Frekuensi Skor Variabel X_3	107
Tabel 4.15. Tabulasi Jawaban Responden untuk Variabel X_3	108
Tabel 4.16. Distribusi Frekuensi Skor Variabel X_4	108
Tabel 4.17. Tabulasi Jawaban Responden untuk Variabel X_4	109
Tabel 4.18. Distribusi Frekuensi Skor Variabel Y	110
Tabel 4.19. Tabulasi Jawaban Responden untuk Variabel Y	111

Tabel 4.20. Koefisien Regresi Linier Berganda	112
Tabel 4.21. Tabel t untuk perhitungan t_{tabel}	115
Tabel 4.22. Koefisien Regresi Linier Berganda (ANOVA)	117
Tabel 4.23. Koefisien Determinasi	119
Tabel 4.24. Matriks Korelasi Antar Variabel	120
Tabel 4.25. Rekapitulasi Hasil Pengujian Hipotesis	122
Tabel 4.26. Perbandingan dengan penelitian terdahulu	136



DAFTAR LAMPIRAN

Kuesioner Pra-Penelitian.....	149
Kuesioner Penelitian	151
Hasil Pengolahan Software	154
Hasil Uji Reabilitas	154
Hasil Uji Validitas	155
Hasil Regresi Linier Berganda	157
Hasil Deskriptif Statistik.....	158
Matriks Korelasi antar Variable	159

