

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, DESAIN DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN 3*SECOND*
DI WILAYAH DKI JAKARTA
(Analisis pada CV Biensi Fesyenindo)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



Nama : Didin Suseno

NIM : 43117010392

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2021

SURAT PERYATAAN KARYA DIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Didin Suseno

NIM : 43117010392

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil orang lain, Maka saya akan mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku, selain itu saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (Penjiplakan).

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya.

Jakarta, September 2021

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Didin Suseno

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Didin Suseno
NIM : 43117010392
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PRODUK, DESAIN DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN 3SECOND DI WILAYAH
DKI JAKARTA
(Analisis pada CV Biensi Fesyenindo)
Tanggal Sidang : 1 September 2021

Disahkan oleh :

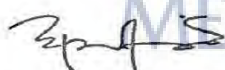
Pembimbing



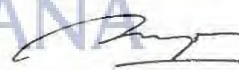
Dr. Yuli Harwani, MM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.



Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

LPTA 09210359



Please Scan QRCode to Verify

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, desain produk dan promosi terhadap keputusan pembelian *brand 3second* di wilayah DKI Jakarta. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah menggunakan dan melakukan pembelian terhadap produk *3second* di wilayah DKI Jakarta. Sampel yang digunakan sebanyak 115 responden, dihitung berdasarkan rumus *Hair et al.*

Metode penarikan sampel menggunakan *purposive sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan metode survei, dengan instrumen penelitian adalah kuesioner. Metode analisis data menggunakan *Partial Least Square*. Penelitian ini membuktikan bahwa Kualitas produk, Desain Produk dan Promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Desain Produk, Promosi, dan Keputusan Pembelian.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product quality, product design, and promotion on 3second brand purchasing decisions in the DKI Jakarta area. The population in this study are consumers who used and made purchases of 3second product in the DKI Jakarta area. The sample used 115 respondents, calculated based on the formula Hair et al.

The sampling method used purposive sampling. The data collection method used a survey method, with the research instrument being a questionnaire. Data analysis method used a Partial Least Square. This study proves that product quality, product design and promotion have a positive effect on purchasing decisions.

Keywords :Product Quality, Product Design, Promotion, and Buyer Decisions



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi Tugas Akhir ini dengan judul :

“PENGARUH KUALITAS PRODUK, DESAIN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBALIAN 3SECOND DI WILAYAH DKI JAKARTA (Analisis pada CV Biensi Fesyenindo)”.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, saya ucapkan terima kasih khususnya kepada Ibu Dr. Yuli Harwani, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat pengetahuan, dan petunjuk yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal skripsi terutama kepada:

1. Prof. Dr. Ngadino Surip, MS, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. H. Sonny Indrajaya, MM. selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

4. Seluruh dosen dan staf program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan informasi selama penulisan laporan Metode Penelitian ini.
5. Kedua orang tua tercinta, kakak, saudara, keponakan yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis.
6. Teman-teman mahasiswa angkatan tahun 2017 di Universitas Mercu Buana Kampus Meruya yang telah memberikan dukungan, semangat, bantuan serta bertukar pikiran dalam proses pembelajaran dan penyusunan skripsi ini.
7. Pihak-pihak lain yang tidak bisa disebutkan satu persatu oleh penulis.
Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Akhir kata Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, September 2021

Didin Suseno

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Kontribusi Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTETIS	
A. Kajian Pustaka.....	10
1. Manajemen.....	10
2. Pemasaran.....	11
3. Manajemen pemasaran.....	12
4. Konsep Pemasaran.....	13
5. Bauran Pemasaran.....	14
6. Perilaku Konsumen.....	16
7. Keputusan Pembelian.....	19
8. Kualitas Produk.....	21
9. Desain Produk.....	25
10. Promosi.....	30
11. Keputusan Pembelian.....	31
B. Kerangka Berfikir.....	36

1. Penelitian Pendahulu	36
2. Hubungan Antar Variabel	40
3. Kerangka Konseptual	42
4. Hipotesis	43

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian	44
1. Waktu	44
2. Tempat	44
B. Desain Penelitian	45
C. Definisi dan Operasional Variabel	45
1. Definisi Variabel	45
2. Operasional Variabel	46
D. Skala Pengukuran Variabel	50
E. Populasi dan Sampel Penelitian	51
1. Populasi	51
2. Sampel	51
F. Metode Pengumpulan Data	52
G. Metode Analisa Data	53
1. Analisa Partial Least Square	53
2. Langkah – Langkah Pengujian Analisa PLS	54

BAB IV PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum	58
1. Gambaran Umum	58
B. Statistik Deskriptif	59
1. Jenis Kelamin	59
2. Usia Responden	60
3. Tempat Tinggal Responden	60
C. Deskripsi Jawaban Responden	61
D. Metode Analisa Data Partial Least Square	62
1. Evaluasi Measurement (Outer Model)	63
2. Pengujian Model Struktur/Uji Hipotesis	71

E. Pembahasan.....	74
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap keputusan pembelian.....	74
2. Penagruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian	75
3. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	75
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	77
B. Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA.....	81
LAMPIRAN.....	83



DAFTAR TABEL

Tabel Judul Halaman

1.1	Tabel Kontribusi Industri Kreatif Kota Bandung Tahun 2017	1
1.2	Jenis Industri <i>Fashion</i> Di Kota Bandung	2
1.3	Industri <i>Fashion</i> Jenis Pakaian Kota Bandung Tahun 2017	3
1.4	Pertumbuhan Clothing Line di Kota Bandung Tahun 2014-2016	4
1.5	Presentase Penjualan Cv Biensi Fasyenindo	6
1.6	Hasil Pra Survei Kuisisioner	7
2.1.	Penelitian Terdahulu	33
3.1	Operasional Variabel	44
3.2	Skor Berdasarkan Skala Likert	47
4.1	Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
4.2	Tabel Responden Berdasarkan Usia	57
4.3	Tabel Responden Berdasarkan Tempat Tinggal	57
4.4	Tabel Hasil Uji Statistik Deskriptif	58
4.5	Tabel Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	61
4.6	Tabel Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> Modifikasi	62
4.7	Tabel Hasil <i>Output AVE</i>	63
4.8	Tabel Hasil Uji <i>Discriminat Validity (Cross Loading)</i>	64
4.9	Tabel Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Fornell-Lacker)</i>	66
4.10	Tabel Hasil Pengukuran <i>Composite Reliability</i>	67
4.11	Tabel Hasil Pengukuran <i>Cronbach's Alpha</i>	67
4.12	Tabel Nilai <i>R-Square</i>	68
4.13	Tabel Hasil Pengujian Hipotesis	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar Judul Halalaman

2.1	Tahapan – Tahapan Keputusan Pembelian	29
2.2	Rerangka Konseptual penelitian	39
4.1	Hasil Output Diagram Jalur Awal	60
4.2	Hasil Output Diagram Jalur Modifikasi	62
4.3	Hasil <i>Boostrapping</i>	69



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Judul Halaman

1. Kuesioner	80
2. Karakteristik Responden	88
3. Karakteristik Kuesioner	89
4. Hasil Uji Outor Model	89
5. Hasil Pengujian Hiptesis	94

