

PENGARUH DESAIN PRODUK, FITUR PRODUK DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP MINAT BELI MOBIL MITSUBISHI XPANDER

SKRIPSI



NAMA : AHMAD RAFLI KURNIAWAN

NIM : 43115120224

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCUBUANA

JAKARTA

2021

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ahmad Rafli Kurniawan
Nim : 43115120224
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : SI Manajemen

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

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

MERCU BUANA

Tangerang, 05 Oktober 2021



Ahmad Rafli Kurniawan
NIM : 43115120224

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Ahmad Rafli Kurniawan
NIM : 43115120224
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Desain Produk, Fitur Produk dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Mitsubishi Xpander
Tanggal Sidang : 6 Oktober 2021

Disahkan oleh :

Pembimbing



Yennida Parmariza, S.Sos., MM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.

Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

MERCU BUANA

LPTA 11210735



Please Scan QR Code to Verify

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Desain Produk, Fitur Produk dan Kualitas Produk terhadap Minat beli Mobil Mitsubishi Xpander*. Desain penelitian ini menggunakan metode metode deskriptif kuantitatif. Teknik sampling yang digunakan adalah Teknik hair dimana indicator dikalikan 5 sampai 10. Jumlah sampel yang dibutuhkan adalah 240 sampel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Kualitas Produk berpengaruh Positif dan signifikan terhadap minat beli Mobil Mitsubishi Xpander dengan Nilai signifikan 2.41*.

Keyword: *Desain Produk, Fitur Produk, Kualitas Produk, Dan Minat Beli.*



ABSTRACT

This study aims to determine the effect of *product design, product features and product quality on buying interest in Mitsubishi Xpander cars*. This research design uses quantitative descriptive method. The sampling technique used is the hair technique where the indicator is multiplied by 5 to 10. The number of samples required is 240 samples. The results showed that *product quality had a positive and significant effect on buying interest in Mitsubishi Xpander cars with a significant value of 2.41*.

Keyword: *Product Design, Product Features, Product Quality, and Buying Interest*



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum. Puji syukur kehadirat Allah SWT, atas limpahan Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik. Penelitian ini dibuat untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan studi serta dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Mercubuana, Jakarta.

Penyusunan skripsi ini juga tidak lepas dari binaan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada pihak-pihak lain yang turut serta membantu dalam proses pembuatan skripsi ini :

1. Prof. Dr. Ngadino Surip, MS., selaku Rektor Universitas Mercubuana
2. Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercubuana
3. Dr. Daru Asih M. Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercubuana dan selaku dosen pengujian akhir (skripsi) yang telah memberi masukan yang sangat berarti untuk perbaikan skripsi ini.
4. Ibu Yennida Parmariza, S.Sos., MM., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini.
5. Dr. Tafiprios, SE., MM selaku dosen Ketua pengujian akhir (skripsi) yang telah memberi masukan yang sangat berarti untuk perbaikan skripsi ini.

6. Para dosen dalam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercubuana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mengajarkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami. Semoga dihadapan Allah menjadi amal jariyah Bapak/Ibu, aamiin.
7. Seluruh teman-teman Manajemen S1 FEB UMB angkatan 2015 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita.
8. Seluruh teman-teman PT. Ferron Par Pharmaceutical yang sangat banyak memberikan dukungan moril kepada penulis.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, Penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis memohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Tangerang, 05 Oktober 2021

Ahmad Rafli Kurniawan

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Kontribusi Penelitian	11
1. Kontribusi Praktik	11
2. Kontribusi Akademis	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	12

A. Kajian Pustaka	12
2.1 Pemasaran	12
2.2 Perilaku Konsumen	13
2.2.1 Pengertian Perilaku Konsumen (<i>Consumer Behaviour</i>)	13
2.2.2 Model Perilaku Konsumen	14
2.2.3 Faktor yang mempengaruhi konsumen	15
2.3 Desain Produk	16
2.3.1 Pengertian Desain produk	16
2.3.2. Tujuan Desain Produk	18
2.3.3 Dimensi Desain Produk	18
2.4 Fitur Produk	20
2.4.1 Indikator-indikator Fitur	21
2.4.2 Dimensi fitur	22
2.5 Kualitas Produk	23
2.5.1 Perspektif terhadap Kualitas Produk	24
2.5.2 Dimensi dan Indikator Kualitas Produk	26
2.6 Minat beli	28
2.6.1 Aspek-aspek Minat Beli	30
B. Penelitian Terdahulu	31
C. Kerangka Konseptual Dan Tinjauan Hipotesis	33
1. Hubungan Desain Terhadap Minat Beli	33
2. Hubungan Fitur Terhadap Minat beli	34

3. Hubungan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli	35
BAB III METODE PENELITIAN	38
A. Waktu Dan Tempat Penelitian	38
B. Desain Penelitian	38
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian	39
1. Definisi Variabel Penelitian	39
2. Operasional Variabel Penelitian	40
3. Skala Pengukuran Variabel	42
4. Populasi Dan Sempel Penelitian	43
a. Populasi	43
b. Sempel	43
D. Metode Pengumpulan Data	44
E. Metode Analisis Data	45
1. Structural Equation Modeling (SEM)	45
2. Tahap-Tahap Dalam SEM	46
3. Uji Validasi	52
4. Uji Reliabilitas	53
5. Uji Hipotesis	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	56
A. Gambaran Umum	56
B. Karakteristik Responden	56
1. Deskripsi Responden Berdasarkan Ketertarikan	57

2. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
3. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	57
4. Deskripsi Responden berdasarkan Pendidikan	58
5. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan	60
6. Deskripsi Responden berdasarkan Pekerjaan	60
C. Analisis Deskriptif Variabel	61
1. Analisis Deskriptif Desain Produk	61
2. Analisis Deskriptif Fitur Produk	64
3. Analisis Deskriptif Kualitas Produk	66
4. Analisis Deskriptif Minat Beli	68
D. Uji Asumsi dan Kualitas Instrumen Penelitian	70
1. Uji Validitas dan Reabilitas Desain Produk	71
2. Uji Validitas dan Reliabilitas Fitur Produk	73
3. Uji Validitas dan Reliabilitas Kualitas Produk	77
4. Uji Validitas dan Reliabilitas Minat Beli	81
E. Uji Kecocokan Keseluruhan Model Pengukuran	83
F. Uji Kecocokan Model Struktural (Uji T)	87
G. Pengujian Hipotesis Penelitian	89
H. Analisis Hasil Penelitian	91
a. Analisis Variabel Desain Produk terhadap Minat Beli	91
b. Analisis Variabel Fitur Produk terhadap Minat Beli	92
c. Analisis Variabel Kualitas Produk terhadap Minat Beli	92

BAB V SIMPULAN DAN SARAN	94
A. Simpulan	94
B. Saran	94
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN	99



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Penjualan Mobil Agustus 2018	4
1.2	Data Penjualan GAIKINDO 2016 s/d 2018	7
1.3	Tabel Pra Survei	8
2.1	Penelitian Terdahulu	31
3.1	Oprasionalisasi Variabel	41
3.2	<i>Goodnes Of Fit Index</i>	52
4.1	Ketertarikan	56
4.2	Jenis Kelamin	57
4.3	Usia	58
4.4	Pendidikan	59
4.5	Pendapatan	60
4.6	Pekerjaan	61
4.7	Desain Produk	61
4.8	Fitur Produk	64
4.9	Kualitas Produk	66

4.10	Minat Beli	68
4.11	Uji Validitas Variabel Desain Produk	72
4.12	Uji Validitas Variabel Fitur Produk	75
4.13	Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	78
4.14	Uji Validitas Variabel Minat Beli	81
4.15	Hasil Uji Kecocokan Measurement Model Penelitian	84
4.16	Hasil Uji Kecocokan Measurement Model Penelitian	87
4.17	Hasil Uji Kecocokan Model Struktural Model Penelitian	89
4.18	Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian	90



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Model Hirarki Respons	29
2.2	Rerangka Konseptual	37
4.1	Model Pengukuran Variabel Desain Produk	71
4.2	Model Pengukuran Variabel Fitur Produk	75
4.3	Model Pengukuran Variabel Kualitas Produk	78
4.4	Model Pengukuran Variabel Minat Beli	81
4.5	Model Pengukuran Measurement Variabel Penelitian	83
4.6	Modifikasi Model Pengukuran Measurement Variabel Penelitian setelah modifikasi	86
4.7	Model Struktural (T – value)	88

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner pre test

99

