



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN DESAIN PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN TAS MINISO DI SUNTER
MAL JAKARTA UTARA**

SKRIPSI

Dimas Ardiansyah Fauzi

1702025078

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
JAKARTA
2021



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF DR HAMKA

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN DESAIN PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN TAS MINISO DI SUNTER
MAL JAKARTA UTARA**

SKRIPSI

Dimas Ardiansyah Fauzi

1702025078

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
JAKARTA
2021

PERNYATAAN ORSINALITAS

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi dengan Judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN TAS MINISO DI SUNTER MAL JAKARTA UTARA”** merupakan hasil karya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis orang lain, atau sebagian bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA atau perguruan tinggi lainnya.

Semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan Skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggung jawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan di Universitas Muhammadiyah PROF. DR. HAMKA.

Jakarta, 21 April 2022
Yang Menyatakan,



Dimas Ardiansyah Fauzi
NIM.1702025078

PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

JUDUL :PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN
DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN TAS MINISO DI
SUNTER MAL JAKARTA UTARA

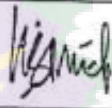

NAMA : DIMAS ARDIANSYAH FAUZI

NIM 1702025078

PROGRAM STUDI : S1 MANAJEMEN

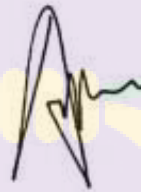
TAHUN AKADEMIK 2021

Skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diujikan dalam ujian skripsi:

Pembimbing I	Eti Rochaety, SE., MM	
Pembimbing II	Drs. Bambang Sumaryanto, MM	

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA



(Dr. Adityo Ari Wibowo, S.E., M.M)

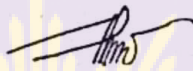
PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul :
**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN DESAIN PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN TAS MINISO DI
SUNTER MAL JAKARTA UTARA**

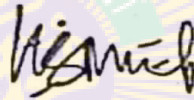
Disusun oleh :
Dimas Ardiansyah Fauzi
1702025078

Telah diperiksa dan dipertahankan di depan panitia ujian kesarjanaan strata satu
(S1) Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah
Prof.DR. HAMKA
Pada tanggal : 18 Desember 2021

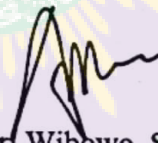
Tim Penguji :
Ketua, Merangkap anggota :



Yusdi Daulay, SE., MM.
Sekretaris, merangkap anggota :

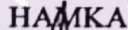


Eti Rochaeti, SE., MM.
Anggota :



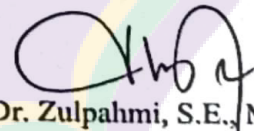
Dr. Adityo Ari Wibowo, S.E., M.M
Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah PROF. DR.
HAMKA



Dr. Adityo Ari Wibowo, S.E., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah PROF.
DR. HAMKA



Dr. Zulpahmi, S.E., M.Si.

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN
AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dimas Ardiansyah Fauzi
NIM : 1702025078
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA **Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-exclusive Royalty Free-Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul : **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN TAS MINISO DI SUNTER MAL JAKARTA UTARA”**.

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 29 Juli 2021

Yang Menyatakan,



Dimas Ardiansyah Fauzi
NIM.1702025078

ABSTRAK

Dimas Aridansyah Fauzi (1702025078)

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN TAS MINISO DI SUNTER MAL JAKARTA UTARA

Skripsi. Program Strata Satu Program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA. 2021. Jakarta.

Kata kunci: Kualitas Produk, Desain Produk, Keputusan Pembelian Konsumen

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tas Miniso di Sunter Mal Jakarta Utara. Dalam penelitian ini digunakan metode survei, dengan variabel yang diteliti yaitu Kualitas Kerja dan Desain Produk sebagai variabel independen dan Keputusan Pembelian Konsumen sebagai variabel dependen. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Tas Miniso di Sunter Mal Jakarta Utara sebanyak 100 pengunjung. Teknik pemilihan sampel dilakukan dengan sampel jenuh dengan sampel yang berjumlah 100 orang sebagai responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan pengukurannya menggunakan skala likert. Teknik pengolahan dan analisis data yang digunakan meliputi: Analisis Deskriptif, Uji Kualitas Data (uji validitas dan uji reliabilitas), Analisis Regresi Linear Berganda, Uji Asumsi Klasik, Analisis Koefisien Korelasi, Analisis Koefisien Determinasi dan Uji Hipotesis. Kemudian data diolah dengan menggunakan perangkat lunak *IBM SPSS 24.0*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. (2) Desain Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (3) Kualitas Produk dan Desain Produk berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Dimas Aridansyah Fauzi (1702025078)

THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY AND PRODUCT DESIGN ON CONSUMER PURCHASE DECISIONS OF MINISO BAGS IN SUNTER MAL JAKARTA UTARA

The Thesi of Bachelor Degree Program. Management Major. Faculty of Economics and Business of Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA. University. 2021. Jakarta.

Keywords: Produk Quality, Product Design, Consumer Purchase Decisions

This study aims to determine the effect of product quality and product design on consumer purchasing decisions for Miniso bags at Sunter Mall, North Jakarta. In this research, survey method is used, with the variables studied are Quality of Work and Product Design as independent variables and Consumer Purchase Decisions as dependent variables. The population in this study were 100 visitors to Miniso Bags at Sunter Mall, North Jakarta. The sample selection technique is done with a saturated sample with a sample of 100 people as respondents. Data collection techniques using a questionnaire and measurement using a Likert scale. The data processing and analysis techniques used include: Descriptive Analysis, Data Quality Test (validity test and reliability test), Multiple Linear Regression Analysis, Classical Assumption Test, Correlation Coefficient Analysis, Coefficient of Determination Analysis and Hypothesis Testing. Then the data was processed using IBM SPSS 24.0 software. The results showed that: (1) Product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions. (2) Product Design has a positive and significant effect on Purchase Decisions (3) Product Quality and Product Design have a simultaneous effect on Purchase Decisions.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya yang berlimpah, khususnya dalam penyusunan penelitian ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tas Miniso di Sunter Mal Jakarta Utara”**. Penyusun Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Gunawan Suryoputro, M.Hum selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Prof. DR.HAMKA.
2. Bapak Dr. Zulpahmi, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR.HAMKA.
3. Bapak Dr. Adityo Ari Wibowo, S.E.,M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
4. Ibu Eti Rochaety, SE., MM selaku Dosen Pembimbing I, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
5. Bapak Drs. Bambang Sumaryanto, MM selaku Dosen Pembimbing II, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

6. Orang tua dan keluarga penulis, atas doa, cinta, dan dukungan kalian dan segalanya untuk penulis disepanjang hidup penulis.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan Skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman, oleh karena itu kritik dan saran sangat diharapkan. Semoga Skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi dan wacana bagi semua pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 29 Mei 2021

Penulis



Dimas Ardiansyah Fauzi
(1702025078)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN ORSINALITAS.....	3
PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI.....	4
PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan	4
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	4
1.2.2 Pembatasan Masalah.....	4
1.2.3 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan penelitian.....	5
1.4 Manfaat penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Gambaran Penelitian Terdahulu	7
2.2 Telaah Pustaka	22
2.2.1 Keputusan Pembelian	22
2.2.1.1 Pengertian Keputusan pembelian.....	22
2.2.1.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi keputusan Pembelian.....	23
2.2.1.3 Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian.....	24
2.2.2 Kualitas Produk	26
2.2.2.1 Pengertian Kualitas Produk.....	26
2.2.2.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	27
2.2.2.3 Dimensi Kualitas Produk.....	30

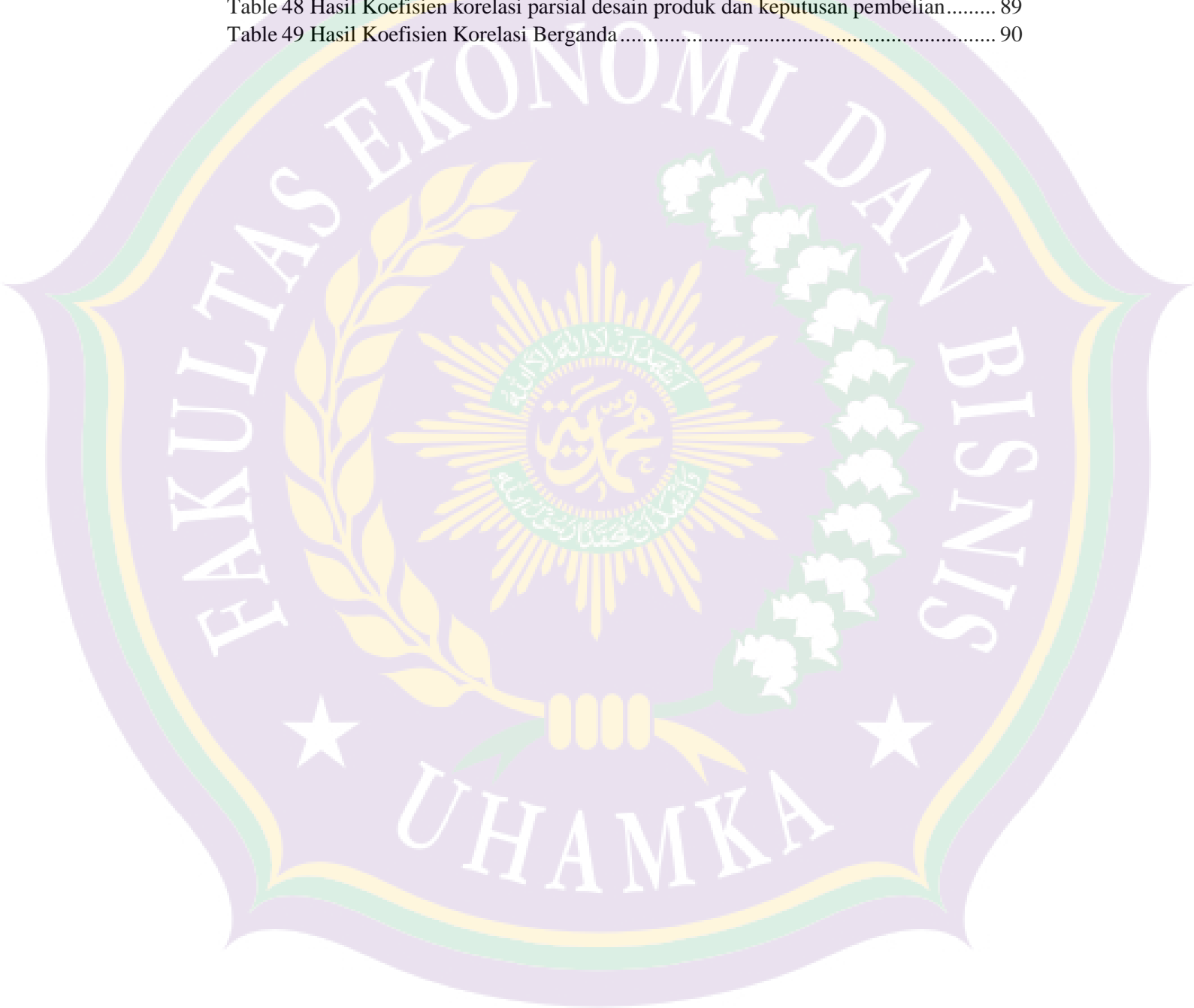
2.2.3 Desain Produk.....	32
2.2.3.1 Pengertian Desain Produk.....	32
2.2.3.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Desain Produk.....	32
2.2.3.3 Dimensi Desain Produk.....	34
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis	35
2.2 Rumusan Hipotesis.....	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	38
3.1 Metode Penelitian.....	38
3.2 Operasional Variabel.....	38
3.3 Populasi dan Sampel	41
3.3.1 Populasi.....	41
3.3.2 Sampel	42
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.4.1 Tempat dan Waktu Penelitian	43
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.5 Teknik Pengolahan dan Analisis Data	43
3.5.1 Uji Kualitas Data.....	44
3.5.2 Statistik Deskriptif.....	45
3.5.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	46
3.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	47
3.5.3 Analisis Regresi Berganda.....	49
3.5.4 Koefisien Determinasi dan Adjusted R^2	50
3.5.5 Uji F (Simultan).....	51
3.5.5. Uji T (Parsial).....	51
3.5.6 Koefisien Determinasi.....	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	53
4.1.1 Sejarah MINISO.....	53
4.1.2 Karakteristik Responden Pengunjung Miniso	54
4.2 Hasil Uji Data Dan Pembahasan.....	56
4.2.1 Uji Kualitas Data.....	56
4.2.1.1 Uji Validitas.....	56
4.2.3 Analisis Per Variabel.....	60
4.2.3.1 Persepsi Karyawan Terhadap Kualitas Produk (X1).....	60
4.2.3.2 Persepsi Karyawan Terhadap Desain Produk (X2).....	67
4.2.3.3 Persepsi Karyawan Terhadap Keputusan Pembelian	75

4.2.4. Uji Asumsi Klasik	81
4.2.4.1 Uji Normalitas	81
4.2.4.2 Uji Multikolinieritas.....	82
4.2.4.3 Uji Heteroskedastisitas	83
4.2.4.4 Uji autokorelasi	84
4.2.5 Analisis Regresi Linier Berganda	84
4.2.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	86
4.2.7 Analisis Uji Hipotesis	86
4.2.7.1 Uji Statistik t (Uji Regresi Secara Parsial).....	86
4.2.7.2 Uji statistik F (uji koefisien regresi secara simultan).....	87
4.2.8 Analisis Koefisien Korelasi	88
4.2.8.1 Analisis Koefisien Korelasi Parsial.....	88
4.2.8.2 Analisis Koefisien Korelasi Berganda.....	90
4.3 Pembahasan	90
BAB 5 PENUTUP	95
5.2 Kesimpulan	95
5.2 Saran	98
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN	103

DAFTAR TABEL

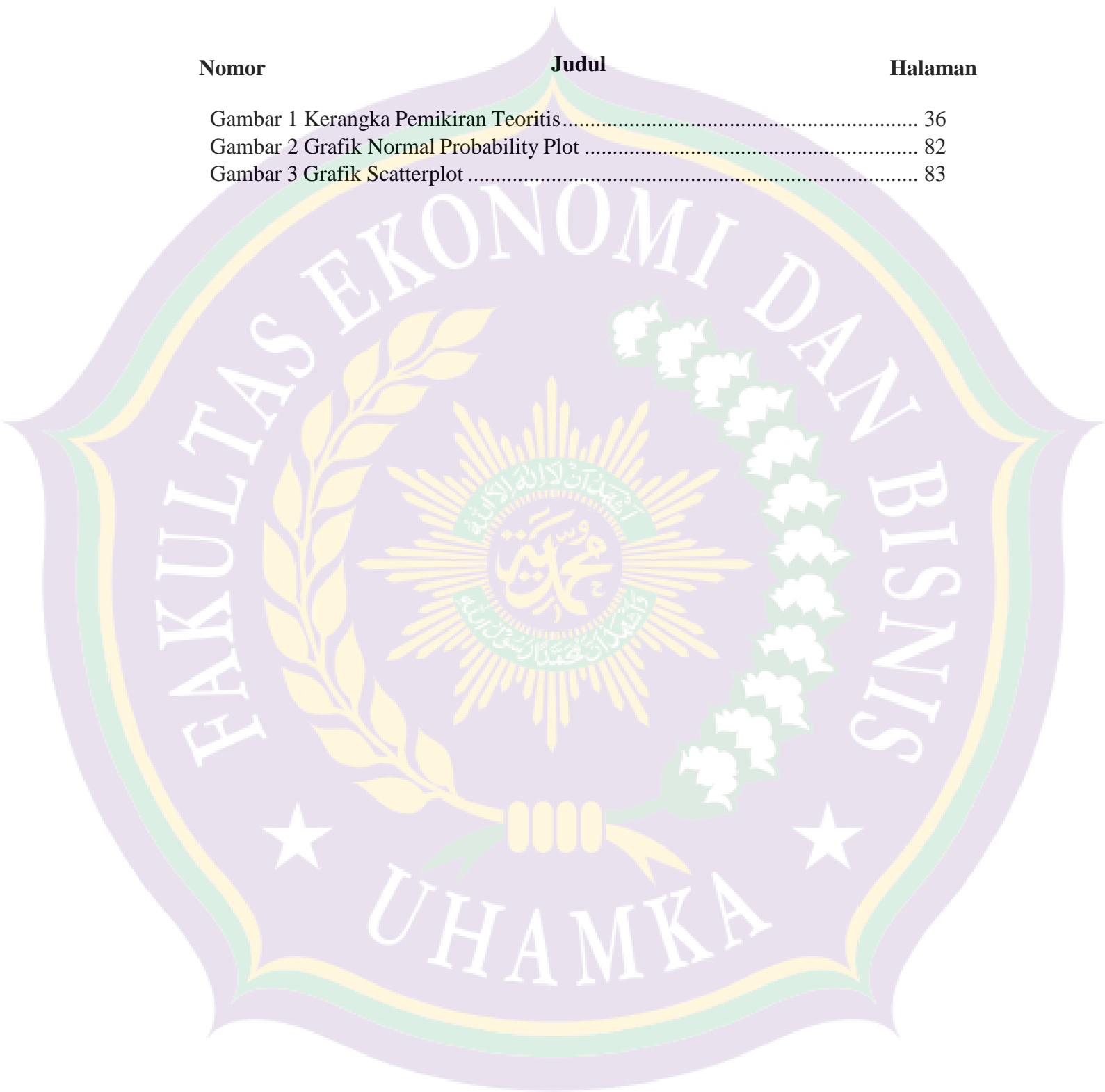
Nomor	Judul	Halaman
Table 1	Gambaran Penelitian Terdahulu.....	14
Table 2	Operasional Variabel Keputusan Pembelian, Kualitas Produk & Desain Produk.....	39
Table 3	Kriteria Persentase Tanggapan Responden.....	46
Table 4	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	55
Table 5	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
Table 6	Uji Validitas x1.....	57
Table 7	Uji Validitas x2.....	57
Table 8	Uji Validitas y.....	58
Table 9	Uji Reabilitas x1,x2,y.....	59
Table 10	Analisis Statistik Deskriptif.....	59
Table 11	Produk Tas Miniso Memiliki Kualitas Utama yang Sangat Baik.....	60
Table 12	Produk Tas Miniso Memiliki Daya Tahan yang Baik.....	61
Table 13	Saya Sangat Puas Menggunakan produk Tas Miniso.....	61
Table 14	Produk Tas Miniso Sangatlah Menarik dan Cocok untuk semua kalangan.....	62
Table 15	Produk Tas Miniso memiliki daya tahan yang cukup lama.....	63
Table 16	Kualitas yang diberikan tas miniso sesuai dengan standar kualitas produk.....	63
Table 17	Produk tas miniso memiliki bahan baku dan produk yang berkualitas.....	64
Table 18	Produk Tas miniso memiliki kualitas yang baik untuk melindungi isi produk.....	65
Table 19	Produk tas miniso memiliki keterampilan dalam mengembangkan produk.....	65
Table 20	Skor rata-rata indikator kualitas produk (x1).....	66
Table 21	Tas Miniso mempunyai keindahan bentuk desainnya.....	67
Table 22	Tas miniso mempunyai bentuk yang unik.....	68
Table 23	Tas Miniso mempunyai ciri khas yang membedakan dengan merk pesaing.....	69
Table 24	Tas miniso mempunyai fitur yang unik sehingga mudah mengenalinya.....	69
Table 25	Tas miniso merupakan produk yang bermutu.....	70
Table 26	Tas Miniso memiliki mutu yang sama dari waktu ke waktu.....	70
Table 27	Tas Miniso memiliki desain awet dan tahan lama.....	71
Table 28	Tas Miniso mempunyai bahan yang berkualitas dan daya tahan lama.....	72
Table 29	Desain produk tas miniso sesuai dengan perkembangan zaman era modern.....	72
Table 30	Tas miniso memiliki desain yang stylish cocok bagi semua kalangan.....	73
Table 31	Skor dan rata-rata indikator desain produk (x2).....	74
Table 32	Saya mengenali produk tas miniso sebelum melakukan pembelian.....	75
Table 33	Saya mencari informasi sebanyak mungkin mengenai tas miniso.....	76
Table 34	Saya membeli produk tas miniso karena adanya kebutuhan.....	76
Table 35	Saya membeli produk tas miniso sesuai dengan keinginan karena kualitas.....	77
Table 36	Saya yakin untuk membeli produk tas miniso.....	78
Table 37	Produk tas miniso mudah untuk didapatkan.....	78
Table 38	Setelah melihat-lihat produk yang dijual saya tertarik untuk membeli.....	79

Table 39 Skor dan Rata-rata Indikator Keputusan Pembelian (Y).....	79
Table 40 Hasil Uji Normalitas	81
Table 41 Hasil Uji Multikolinieritas	82
Table 42 Hasil Uji Autokorelasi	84
Table 43 Hasil regresi berganda linear.....	85
Table 44 Analisis koefisien determinasi	86
Table 45 Hasil Uji t.....	87
Table 46 Hasil Uji F.....	87
Table 47 Hasil koefisien korelasi parsial kualitas produk dan keputusan pembelian	88
Table 48 Hasil Koefisien korelasi parsial desain produk dan keputusan pembelian.....	89
Table 49 Hasil Koefisien Korelasi Berganda.....	90



DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
Gambar 1	Kerangka Pemikiran Teoritis	36
Gambar 2	Grafik Normal Probability Plot	82
Gambar 3	Grafik Scatterplot	83



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
Lampiran	1. Kuesioner Penelitian.....	1
Lampiran	2. Data Hasil Kuesioner.....	6
Lampiran	3. Data Output SPSS.....	14
Lampiran	4. Tabel r.....	18
Lampiran	5. Tabel F.....	19
Lampiran	6. Tabel Durbin Wattson.....	20
Lampiran	7. Pengajuan Judul Proposal Skripsi.....	21
Lampiran	8. Surat Tuga.....	23
Lampiran	9. Surat Tugas.....	24
Lampiran	10. Catatan Konsultasi Pembimbing 1.....	25
Lampiran	11. Catatan Konsultasi Pembimbing II.....	26
Lampiran	12. Daftar Riwayat Hidup.....	27

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan *fashion* di Indonesia saat ini mengalami kemajuan yang sangat pesat, hal ini ditunjukkan dari jumlah pengguna tas *branded* yang terus meningkat. Pilihan konsumen pada tas semakin beragam. Saat ini tas tidak lagi dianggap sebagai barang yang digunakan untuk membawa barang yang banyak saja, tetapi sudah menjadi gaya hidup hampir semua individu.

Masyarakat yang ingin terlihat *fashionable* walaupun sedang menggunakan tas dalam aktivitasnya setiap hari. Terlebih kalangan muda yang saat ini sangat menggandrungi tas yang unik dan bermerek untuk dipakai kuliah, sekolah, ataupun menghadiri sebuah acara. Bahkan kaum hawa rela membeli sebuah tas dengan harga yang mahal untuk berinvestasi.

Munculnya perilaku masyarakat tersebut membuat permintaan akan tas pun meningkat pesat. Meningkatnya permintaan dan kebutuhan masyarakat terhadap tas menarik minat perusahaan-perusahaan di Indonesia maupun perusahaan-perusahaan asing untuk berlomba memenuhi permintaan konsumen, karena tentunya banyak perusahaan yang tidak ingin melewatkan kesempatan emas untuk mengambil keuntungan yang bisa dibilang tidak sedikit. Oleh karena itu, setiap perusahaan akan bersaing secara kompetitif dalam hal menciptakan dan menawarkan berbagai jenis produk baru dengan inovasi yang berbeda.

Salah satu perusahaan yang sukses merajai penjualan tas di Indonesia adalah Miniso. Miniso adalah perusahaan asal Cina yang memproduksi berbagai kebutuhan gaya hidup masyarakat. Miniso pertama kali masuk ke Indonesia pada tahun 2016. Sampai tahun 2019 Miniso sudah memiliki 171 gerai yang akan terus berkembang di Indonesia.

Miniso memiliki misi untuk tidak hanya menjadi sebuah merek, tapi juga menjadi gaya hidup masyarakat. Miniso berkomitmen selalu menghadirkan produk-produk baru setiap minggunya. Miniso hadir dengan beragam pilihan produk, mulai dari produk digital, perlengkapan sehari-hari, *aksesoris*, *stationery*, perlengkapan olahraga hingga kecantikan. Miniso mengembangkan produk-produk yang berdasarkan konsep konsumsi masa depan, yakni mengembalikan esensi produk, sederhana dan kembali ke alam.

Kualitas yang tinggi dan harga yang terjangkau, membuat produk Miniso laku keras di pasar Indonesia terutama produk tas. Desain yang lucu dan sudah menjadi ciri khas dari produk-produk buatan Miniso juga adalah faktor yang mempengaruhi konsumen untuk membeli tas merek Miniso.

Menurut Kotler (2002), keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Keputusan pembelian menjadi suatu hal yang penting untuk diperhatikan karena hal ini tentu akan menjadi suatu pertimbangan bagaimana suatu strategi pemasaran yang akan dilakukan oleh perusahaan berikutnya.

Selanjutnya variabel kualitas produk, menurut Kotler dan Amstrong (2008), kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Kualitas produk yang baik tentu akan menarik minat konsumen untuk membeli karena konsumen menginginkan membeli produk yang berkualitas.

Menurut Kotler dan Keller (2009), cara lain untuk menambah nilai pelanggan adalah melalui desain atau rancangan produk yang berbeda dari yang lain. Desain produk adalah totalitas fitur yang mempengaruhi penampilan, rasa, dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan.

Beberapa *research gap* yang berkaitan dengan Keputusan Pembelian memberikan hasil yang berbeda-beda antara lain:

Hasil penelitian dari Saraswati (2016), Andre Sanjaya dan Cut Irna Setiawati (2018), Dewi (2018), Ridwan Adji Baskoro (2017), dan Supriyadi *et al* (2017) yang menyatakan bahwa Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini bertentangan dengan hasil penelitian dari Kartikasari (2013), Nadwatul Haramaini (2019) dan Hanna Meilana Damanik (2018) yang menyatakan bahwa Kualitas Produk tidak berpengaruh terhadap Keputusan pembelian.

Hasil penelitian dari Soewito (2013), Mukery dan leonardo (2016), Sidik (2016), dan Azani (2014) yang menyatakan bahwa Desain Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian. Hal ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Purwanto (2008).

Berdasarkan latar belakang diatas penulis ingin melakukan penelitian dengan mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tas Miniso di Sunter Mal Jakarta Utara”**

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Permasalahan penelitian yang penulis ajukan ini dapat diidentifikasi permasalahannya sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada tas Miniso di Sunter Mal Jakarta Utara.
2. Apakah desain produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada tas Miniso di Sunter Mal Jakarta Utara.
3. Apakah kualitas produk dan desain produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada tas Miniso di Sunter Mal Jakarta Utara.

1.2.2 Pembatasan Masalah

Untuk memfokuskan penelitian agar masalah yang diteliti dapat berjalan dengan sesuai, maka penelitian ini memiliki ruang lingkup yang jelas dan terarah. Penulis akan memberikan batasan masalah yang dibahas, yaitu variable terikat yang digunakan merupakan Keputusan pembelian (Y). Selanjutnya variable bebas yang digunakan yaitu Kualitas Produk (X1) dan Desain Produk (X2).

1.2.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan dari identifikasi yang sudah diuraikan diatas, maka dapat disimpulkan yang menjadi perumusan masalah bagi peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : “Adakah Pengaruh Kualitas produk dan Desain produk terhadap keputusan pembelian “.

1.3 Tujuan penelitian

Dari rumusan masalah di atas, tujuan yang ingin dicapai penulis adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis Pengaruh Kualitas produk terhadap keputusan pembelian tas Miniso pada tas Miniso di Sunter Mal Jakarta Utara.
2. Untuk menganalisis Pengaruh Desain produk terhadap keputusan pembelian tas Miniso pada tas Miniso di Sunter Mal Jakarta Utara.
3. Untuk menganalisis Pengaruh Kualitas produk dan Desain produk terhadap keputusan pembelian tas Miniso pada tas Miniso di Sunter Mal Jakarta Utara.

1.4 Manfaat penelitian

Manfaat penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi penulis
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka.
2. Bagi Akademik
Untuk menambah khasanah pengetahuan manajemen pemasaran tentang kualitas produk ,desain produk dan keputusan pembelian.

3. Bagi Perusahaan

Untuk membantu manajemen pemasaran perusahaan dalam pengambilan keputusan bidang pemasaran khususnya yang terkait dengan kualitas produk, desain produk dan keputusan pembelian.



DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, E. A. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas, Fitur, Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Honda Genuine Parts Di Jun'S Motor Surabaya. *Maker: Jurnal Manajemen*, 6(2), 148–156. <https://doi.org/10.37403/mjm.v6i2.172>
- Aisyah, S., Agustiawan, A., Nurwanita, N., & Fatma, F. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Vixion. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(1), 59–75. <https://doi.org/10.24239/jiebi.v2i1.23.59-75>
- Allysa, N., Maharani, N., & Estri, S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Ozon Parfum Fragrance. *Prosiding Manajemen*, 775–779.
- Arianto, N., & Patilaya, E. (2018). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KELENGKAPAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SALT n PEPPER PADA PT MITRA BUSANA SENTOSA BINTARO*. 6(2), 143–154.
- Ariela, I. R. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen KFC Padang Sidempuan. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(2), 215–221.
- Boediono, M., Christian, S., & Immanuel, D. M. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sealantwax. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(April), 1–10.
- Ernawati, D. (2019). Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 7, 17–32.
- Hanif, A. F., Sunaryo, D. H., & Susyanti, D. J. (n.d.). *EKONOMI KREATIF SUBSEKTOR FASHION DI KOTA JOMBANG (studi kasus pada Distro Indigo , Distro Helomic , Distro Aquarius Jombang)*.

- Hidayatulloh, R., Pudyaningsih, R. A., & Akramiah, N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mebel Pada Ud. Hartani Jaya. *Jurnal EMA*, 5(1), 26–33. <https://doi.org/10.47335/ema.v5i1.45>
- Irda, Rosha, Z., & Titipan, W. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kerajinan Perak Di Nagari Koto Gadang, Kabupaten Agam. *Menara Ekonomi*, 5(2), 44–52.
- JUMROTUL LAILA, E., & Sudarwanto, T. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Rabbani Di Butik Qta Ponorogo. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 1(2), 1–9.
- Lesmana, R., & Ayu, S. D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pt Paragon Tehnology and Innovation. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(3), 59. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v2i3.2830>
- Maslikha, L. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Honda Scoopy F1 di Kediri PENDAHULUAN Pada masa saat ini persaingan bisnis sangatlah ketat , setiap perusahaan berlomba lomba menciptakan produk terbaiknya untu menarik hati konsumen. *BIMA: Journal of Business and Innovation Management*, 1, 318–328.
- Mukarromah, D. S., & Rofiah, C. (2019). Pengaruh Citra Merek, Desain Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Bata. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 2(1), 27–36. <https://doi.org/10.26533/jmd.v2i1.346>
- Murdapa, P. (2020). *The Effect of Price, Product Design, Product Quality and Brand Image on Purchase Decisions*. <https://doi.org/10.4108/eai.3-10-2019.2291907>
- Pahlevi, A. S., & Sutopo. (2017). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, Desain Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Pembelian Sepeda Motor Matic (Studi Pada Yamaha Mataram Sakti Semarang). *Jurnal of*

Management, 6(1), 1–13.

Reven, D., & Ferdinand, T. (2017). ANALISIS PENGARUH DESAIN PRODUK, KUALITAS PRODUK, HARGA KOMPETITIF, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Pelanggan Nesty Collection Jakarta). *Diponegoro Journal of Management*, 6(3), 1–13. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/management>

Supriyadi, S., Wiyani, W., & Nugraha, G. I. K. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 4(1), 74–85. <https://doi.org/10.26905/jbm.v4i1.1714>

Taiwo, J., Ucheaga, E., Achugamonu, B., Adetiloye, K., Okoye, L., & Agwu, M. (2017). Credit Risk Management: Implications on Bank Performance and Lending Growth. *Saudi Journal of Business and Management Studies*, 2(5B), 584–590. <https://doi.org/10.21276/sjbms>

Wiwi Kurnianingsih, S. S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Nestle Indonesia. *Skripsi Respositari*, 1(1), 510–524.

