

**ANALISIS PENGARUH DESAIN PRODUK, HARGA DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK IMITASI**

(Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas & Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana

Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh:

HARIS SETYAJI

B100140 390

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2018

BALAI AMAN PENGESAHAN

Yang bertandatangan dibawah ini telah membaca Skripsi dengan judul

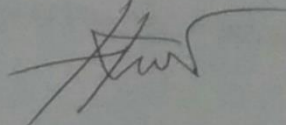
**ANALISIS PENGARUH DESAIN PRODUK, HARGA, DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK IMITASI
(Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta).**

Yang ditulis dan disusun oleh

HARIS SETYAJI
B 100 140 390

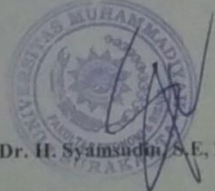
Penandatangan berpendapat bahwa Skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 9 Juni 2018
Pembimbing utama



(Kussudyarsana, S.E., M.Si, Ph.D)

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. H. Syamsudin, S.E., M.M.)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. A. Yani Temono P.O. Box 101 Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta – 57102

PERYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama **HARIS SETYAJI**

NIRM **B100140390**

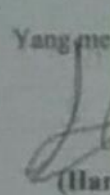
Jurusan **MANAJEMEN**

Judul Skripsi **"ANALISIS PENGARUH DESAIN PRODUK, HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK IMITASI (Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)"**.

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 9 Juni 2018

Yang men


6000
(Haris Setyaji)

MOTO

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

(Q.S. Al Insyrah 94: 5)

“Maka nikmat Tuhan kamu yang manakah yang kamu dustakan”

{Q.S. Ar Rahman)

PERSEMBAHAN

Puji Syukur atas kehadiran Allah SWT, Tuhan pemilik jiwa dan semesta alam.

Sholawat serta Salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW.

Kupersembahkan karya ini untuk :

- Bapak Darkiyan dan Titik Budhiyati, orang tua yang kucintai dan kusayangi, yang selalu memberikan do'a, motivasi dan kepercayaan setulus hati untuk mencapai cita-cita.
- Kakakku tercinta Hery Setyawan, dan adikku tercinta Novi Hartanti, yang selalu menghibur dan memberikan do'a-do'anya agar lebih semangat.
- Keluarga besar di Comal – Pemalang terima kasih atas do'anya.
- Sahabat-sahabat terbaikku, semuanya yang tak dapat saya sebutkan satu-persatu terima kasih atas dukungan dan semangatnya.
- Teman-teman FEB Manajemen angkatan 2014, terima kasih atas persahabatan dan kebersamaannya.
- Segenap rekan-rakan yang telah memberikan do'a dan dukungan.

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui dan menganalisis pengaruh desain produk, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk imitasi pada kasus mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta. Penelitian ini juga untuk mengetahui diantara desain produk, harga, dan citra merek mana yang lebih dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk imitasi.

Regresi linear berganda untuk menguji model yang dihipotesiskan secara statistik, serta untuk menentukan sejauh mana menggunakan model yang diajukan konsisten dengan data sampel.

Secara praktis penelitian ini diharapkan memberi informasi mengenai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian terhadap produk imitasi, dan dapat digunakan untuk mengetahui pengaruh dalam desain produk, harga, dan citra merek pada keputusan pembelian.

Kesimpulan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel desain produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk imitasi. harga memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk imitasi. Sedangkan citra merek memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk imitasi.

Kata kunci: Desain produk, Harga, Citra merek, Keputusan pembelian.

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine and analyze the impact of product design, price, and brand image of the imitation product purchasing decisions in the case of Surakarta Muhammadiyah University students. This study is also to determine between product design, price, and brand image which is more dominant beerpengaruh against imitation product purchasing decisions.

Multiple linear regression to test the hypothesized statistical models, as well as to determine the extent of the use of the proposed model is consistent with the sample data.

In practical terms this study are expected provide information about the factors that influence purchasing decisions against imitation products, and can be used to determine the effect on product design, price, and brand your purchase decision.

Conclusion The results showed that the variables of product designhas a positive and significant influence on purchasing decisions imitation products. prices had a significant negative influence on purchase decisions on imitation products. While the image of the brand has a positive effect and no significant effect on purchasing decisions on product imitation.

Keywords: product design, price, brand image, purchase decision.

KATA PENGANTAR



Assalaamu'alaikumWr. Wb.

Allhamdulillah, segala puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Analisis Pengaruh Desain Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Imitasi (Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)”, tidak lupa sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada junjungan kita Rosulullah Muhammad SAW yang dengan perjuangan yang telah menghantarkan kita menjadi umat yang terpilih, terlahir untuk seluruh manusia demi Ridho-Nya.

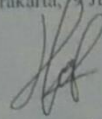
Penulis menyadari bahwa Skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bimbingan, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Dr. H. Sofyan Anif, M.Si selaku rector Universitas Muhammadiyah Surakarta dan segenap pimpinan rektorat Universitas Muhammadiyah Surakarta
2. Bapak Dr. H. Syamsudin, M. M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta
3. Bapak Imronudin, SE, M.Si, Ph. D selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta
4. Bapak Kussudyarsana, S.E, M.Si, Ph.D selaku pembimbing yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta khususnya Jurusan Manajemen yang rela membimbing dan menyalurkan ilmu-ilmunya kepada mahasiswa serta telah membantu dalam bidang akademik dan administrasi mahasiswa.

6. Bapak dan Ibu tercinta yang selalu memberikan kasih sayang dan tiada bosan memberikan dukungan baik spiritual maupun material serta tak pernah bosan mendoakan dan menasehati demi keberhasilan penulis.
7. Sahabat dan yang terkasih tak pernah bosan menemani sejak awal perkuliahan dimulai, dan selalu memberikan masukan yang bermanfaat bagi penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Semua pihak yang tidak bias penulis sebutkan satu persatu namun memiliki arti dalam penyelesaian karya ini. Tanpa bermaksud mengabaikan, hanya keterbatasan ruang dan kekhilafan penulis semata.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan baik dari penulisan maupun penyajian. Untuk itu segala saran dan kritik yang membangun semoga berguna bagi penelitian selanjutnya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan menjadi awal kesuksesan penulis di masa depan. Amiin,

Surakarta, 9 Juni 2018



Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAKSI	vi
<i>ABSTRACTION</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Sistematika Penulisan.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Tinjauan Teori	8
B. Penelitian Terdahulu	19
C. Hipotesis Penelitian.....	20
D. Kerangka Pemikiran.....	23

BAB III METODE PENELITIAN.....	24
A. Jenis Penelitian.....	24
B. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	25
C. Data dan Sumber Data.....	27
D. Metode Pengumpulan Data	27
E. Desain Pengambilan Sampel.....	27
F. Metode Analisis Data	30
 BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	 36
A. Karakteristik Responden	36
B. Deskripsi Jawaban Responden	40
C. Analisis Data	41
D. Pembahasan.....	49
 BAB V PENUTUP.....	 52
A. Kesimpulan.....	52
B. Keterbatasan	54
C. Saran.....	54
 DAFTAR PUSTAKA	 56
LAMPIRAN.....	59

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1.	Pengujian Karakteristik Usia	37
Tabel 4.2.	Pengujian Karakteristik Jenis Kelamin	37
Tabel 4.3.	Pengujian Karakteristik Kota Asal	39
Tabel 4.4.	Pengujian Karakteristik Jenis Produk Yang Dibeli	41
Tabel 4.5.	Hasil Deskripsi Jawaban Responden.....	42
Tabel 4.6.	Hasil Pengujian Validitas	45
Tabel 4.7.	Hasil Pengujian Reliabilitas	46
Tabel 4.8.	Hasil Pengujian Normalitas	47
Tabel 4.9.	Hasil Pengujian Multikolinearitas	48
Tabel 4.10.	Hasil Pengujian Heteroskedastisitas.....	49
Tabel 4.11.	Hasil Analisis Regresi Berganda	50
Tabel 4.12.	Hasil Pengujian Hipotesis.....	52
Lampiran 2	Deskripsi Responden	61
Lampiran 3	Pengujian Validitas.....	65
Lampiran 4	Pengujian Reliabilitas	69
Lampiran 5	Pengujian Normalitas	72
Lampiran 6	Pengujian Multikolinearitas.....	74
Lampiran 7	Pengujian Heteroskedastisitas	76
Lampiran 8	Pengujian Regresi Berganda.....	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.	Lima Tahap Proses Pembelian Konsumen	9
Gambar 2.2.	Kerangka Pemikiran	23