

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN DESAIN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI DUTA PHONECELL KOTA
BENGKULU**



SKRIPSI

Diajukan Oleh :

**M. ALHASBI P. RAMADAN
NPM : 2061201180**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU 2025**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN DESAIN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI DUTA PHONECELL KOTA
BENGKULU**



SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Pada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Bengkulu

Oleh :

**M. ALHASBI P. RAMADAN
NPM : 2061201180**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU 2025**

PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN DESAIN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI DUTA PHONECELL KOTA BENGKULU



SKRIPSI

Oleh :

M. ALHASBI P. RAMADAN
NPM : 2061201180

Disetujui oleh:
Pembimbing

Drs. Subandrio, M.M

NIDN: 0215096601

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Furqonti Ranidiah, S.E., M.M

NIDN : 0208047301

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN DESAIN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI DUTA PHONECELL KOTA BENGKULU

Dipertahankan didepan dewan penguji skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Bengkulu

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Hari : Sabtu

Tanggal : 31 Agustus 2024

SKRIPSI

Oleh :

M. ALHASBI P. RAMADAN

NPM : 2061201180

- | | | |
|-----------------------------------|---------|---------|
| 1. Drs. Subandrio, M.M | Ketua | (.....) |
| 2. Dr. Islamuddin, S.E.M.M | Anggota | (.....) |
| 3. Mardhiyah Dwi Ilhami, S.E.,M.M | Anggota | (.....) |

et.
[Signature]
[Signature]
[Signature]

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis


Furqoni Raniyah, S.E., M.M
NIDN: 0208047301



SERTIFIKASI

Saya M Alhasbi P. Ramadan menyatakan bahwa skripsi yang saya ajukan ini adalah hasil karya sendiri dan atas bimbingan dosen pembimbing. Karya ini belum pernah disampaikan untuk mendapatkan gelar Sarjana pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis atau pada program studi lainnya. Karya ini milik saya, maka segala sesuatu yang berhubungan dengan Skripsi ini menjadi tanggung jawab saya.

Bengkulu, Agustus 2024



M. Hasbi P. Ramadan
NPM 2061201180

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Kebahagiaan orang tua yang pertama, serta kebahagiaan keluarga yang saya dambakan.

"Sesungguhnya bersama kesulitan pasti ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmulah kamu berharap." (QS. Al-Insyirah : 6-8)

PERSEMBAHAN

Puji syukur hamba panjatkan kepada-Mu ya Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat yang tak terhingga kepada hamba, semoga hamba dapat bersyukur kepadamu, sholawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada panutan kita Nabi Muhammad SAW. Syukur Alhamdulillah kupersembahkan karya kecil ini:

1. Teruntuk kedua Orang tuaku tercinta Bapak (Harmidi) dan Ibu (Elistiana) yang telah membesarkan dengan penuh kasih sayang yang selalu mendoakan, terimakasih atas pengorbanan yang telah kalian berikan selama ini, yang telah banyak berjasa dalam hidup saya, selalu memberikan semangat untuk tetap menuntut ilmu, semoga dengan selesainya skripsi ini bisa membuat bapak dan Ibu menjadi senang.
2. Kakakku Andri Royadi, Ayuk Serly Styta Utami dan Adikku Dewangga Meroji terimakasih selalu memberikan support
3. Teruntuk Dosen Pembimbingku Bapak Drs. Subandrio, M.M terimakasih telah membimbingku dengan penuh kesabaran dan mau meluangkan waktunya untuk menyelesaikan skripsiku dan terimakasih telah memberikan inspirasi dan motivasi kepada saya.
4. Teruntuk teman-teman seperjuangan manajemen angkatan 2020, terimakasih atas bantuannya selama ini. Serta partisipasinya dalam perjalanan membuat skripsi ini, dan ingat akan perjalanan susah dan senang kita lewati dalam masa perkuliahan. Semoga kita meraih kesuksesan bersama dalam meraih gelar sarjanayang kita inginkan dan semoga kalian selalu dalam lindungan, Ridho dan Rahmat Allah SWT.

ABSTRAK

M Hasbi P. Ramadan, 2061201080. Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Di Duta Phonecell Kota Bengkulu

Dosen Pembimbing : Drs. Subandrio, M.M

Keputusan pembelian konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternative atau lebih, dan memilih salah satu diantara. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Di Duta Phonecell Kota Bengkulu.

Jenis penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif deskriptif. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen berjumlah 50 orang. Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu observasi dan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan yaitu regresi linier berganda, koefisien determinasi, dan uji hipotesis.

Diperoleh bahwa terdapat pengaruh kualitas produk (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y) Duta Phoncell dimana nilai $\text{sig} < 0,05$ ($0,000 < 0,05$) dan nilai $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ ($3,980 > 1,666196$) dengan demikian H_0 di tolak dan H_a diterima. Dari nilai signifikansi yang didapat bahwasanya variabel X_1 berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian (Y). Terdapat pengaruh desain (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) Duta Phoncell dimana nilai $\text{sig} < 0,05$ ($0,016 < 0,05$) dan nilai $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ ($3,500 > 1,666196$) dengan demikian H_0 di tolak dan H_a diterima. Dari nilai signifikansi yang didapat bahwasanya variabel X_2 berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y). Nilai F signifikansi $< 0,05$ yaitu $0,000 < 0,05$ dan $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ ($17,060 > 3,10$) sehingga dapat disimpulkan bahwa secara bersama variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen

Kata Kunci : Kualitas Produk, Desain, Keputusan Pembelian

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin, Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT Shalawat dan salam Nabi Muhammad SAW, atas anugerahnya sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini, yang berjudul “**Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Di Duta Phonecell Kota Bengkulu**”. Skripsi skripsi ini adalah salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana Manajemen pada jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bengkulu.

Dalam penyelesaian Skripsi skripsi ini, peneliti telah banyak mendapat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini tak lupa peneliti mengucapkan rasa terima kasih tak terhingga atas bimbingan, pengarahan dan petunjuk-petunjuk yang telah diberikan kepada peneliti, terutama yang terhormat:

1. Bapak Dr. Susiyanto, M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Bengkulu.
2. Ibu Furqonti Ranidiah, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu
3. Ibu Ade Tiara Yulinda, S.E., M.M selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu
4. Drs. Subandrio, M.M selaku pembimbing yang telah membantu dan memberikan saran dan masukan kepada penulis
5. Seluruh staf pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu

6. Matahari Department Store yang telah memberikan izin untuk melkukn penelitian
7. Rekan-rekan mahasiswa/i Program studi Manajemen yang tidak dapat disebutkan satu persatu terimakasih atas motivasinya.
8. Semua pihak yang telah membantu penulis menyusun Skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu berupa moril maupun materil dalam penulisan Skripsi ini.

Pada semua pihak diharapkan koreksi dan masukannya untuk perbaikan penulisan Skripsi ini. Pada kesempatan ini pula penulis menyampaikan permohonan maaf apabila di dalam penulisan Skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan.

Bengkulu, Juli 2024

Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	v
SERTIFIKASI	vii
MOTO DAN PERSEMBAHAN	viii
ABSTRAK	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	4
1.3. Rumusan Masalah	4
1.4. Tujuan Penelitian	5
1.5. Manfaat Penelitian	6
BAB II STUDI PUSTAKA	
2.1 Deskripsi Konseptual	7
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	7
2.1.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	7
2.1.1.2 Indikator Pembentuk Keputusan Pembelian ...	16
2.1.2 Kualitas Produk.....	16
2.1.2.1 Pengertian Kualitas Produk.....	19
2.1.2.2 Indikator Kualitas Produk	21
2.1.3 Desain.....	23
2.1.4 Pengaruh Antar Variabel.....	23
2.1.4.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian	24
2.1.4.2 Pengaruh desain terhadap keputusan pembelian	25
2.2 Hasil Penelitian yang Relevan.....	25
2.3 Kerangka Teoritik	25
2.4 Definisi Operasional dan pengukuran variabel	26

2.5 Hipotesis Penelitian.....	27
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	38
3.2 Jenis Penelitian.....	38
3.3 Populasi dan Sampel	38
3.2.1 Populasi	38
3.2.2 Sampel.....	30
3.3 Teknik Pengumpulan Data	30
3.4 Instrumen Penelitian.....	32
3.5 Teknik Analisis Data	32
3.5.1 Analisis Deskripsi	37
3.5.2 Analisis Regresi Berganda	38
3.5.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	39
3.5.4 Uji Hipotesis	39
3.5.4.1 Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t)	39
3.5.4.2 Uji F	40
BAB IV HASIL PENELITIAN	
4.1 Deskripsi Tempat Penelitian	46
4.2 Hasil Penelitian	47
4.3 Pembahasan	59
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	64
5.2 Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemasaran merupakan salah satu awal dalam rangka mengenalkan produk pada konsumen dan ini akan menjadi sangat penting karena akan berkaitan dengan keuntungan-keuntungan yang akan diperoleh oleh usaha (Siagian, 2014:129). Pemasaran akan bisa berguna dengan optimal bila didukung dengan perencanaan yang terstruktur baik secara internal maupun eksternal.

Dalam ilmu pemasaran, sebelum melakukan berbagai macam promosi atau pendekatan pemasaran lainnya, pasar atau segmen yang dibidik harus jelas lebih dahulu (Boyd, et. al, 2017:89). Dari kegagalan bisnis yang terjadi, jika ditelusuri ternyata disebabkan oleh gagalnya pengusaha mendefinisikan pasar yang dituju. Pengusaha segera bergerak bila mendengar potensi pasar, tetapi tidak bertanya lebih jauh pasar yang ingin dituju, atau bagaimanakah potensinya. Konsumen terlalu banyak dan beraneka ragam persyaratan pembelian, sehingga dari pada bersaing di semua segmen, usaha perlu mengidentifikasi segmen pasar yang dapat dilayani paling efektif, yaitu dengan melakukan penelitian segmentasi (Hasan, 2014:18).

Agar usaha tetap mampu bersaing dengan usaha lain yang mengeluarkan produk sejenis dan produk substitusi, maka manajemen usaha harus mampu mengolah usahanya dengan baik. Supaya konsumen atau pelanggan yang ada tidak beralih. Pemilik usaha dituntut untuk lebih memahami segala kebutuhan dan

keinginan konsumen atau pemilik usaha harus mampu menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Selain itu juga diperlukan pemasaran yang baik (Supariyani, 2014:27).

Dengan pemasaran produk yang baik maka akan dapat meningkatkan penjualan dan membuat konsumen untuk melakukan pembelian. Jika itu sudah terjadi maka dapat dipastikan usaha akan mendapatkan laba yang maksimal. Jika pemasaran produk yang dilakukan tidak atau kurang tepat maka akan terjadi penurunan penjualan yang akan memberi dampak penurunan pendapatan yang diterima (Gregorius, 2012:12).

Oleh karena itu strategi pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting untuk keberhasilan usaha umumnya dan pada bidang pemasaran khususnya. Di samping itu strategi pemasaran yang diterapkan harus ditinjau dan dikembangkan sesuai dengan perkembangan pasar dan lingkungan pasar tersebut. Dengan demikian strategi pemasaran harus dapat memberikan gambaran yang jelas dan terarah tentang apa yang dilakukan usaha dalam menggunakan setiap kesempatan atau paduan pada beberapa sasaran pasar.

Keputusan pembelian konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternative atau lebih, dan memilih salah satu diantara. Hasil dari proses pengintograsian ini adalah suatu pilihan yang di sajikan secara kognitif sebagai keinginan konsumen (Etta, 2013: 121). Keputusan membeli adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. keputusan pembelian adalah suatu keputusan seseorang dimana dia memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada.

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, salah satunya adalah kualitas produk. Kualitas produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian, karena konsep kualitas sendiri pada dasarnya bersifat relatif, yaitu tergantung pada perspektif atau ciri-ciri yang digunakan untuk menentukan ciri-ciri dan spesifikasi. Jika dianalisis lebih jauh, kualitas akan menguntungkan dalam jangka panjang karena keuntungan eksternal yang diperoleh dari kepuasan konsumen dan keuntungan internal yang diperoleh dari adanya perbaikan efisiensi produk (Ratnasari dan Aksa, 2011:104).

Selain itu terdapat juga desain yang mempengaruhi keputusan pembelian. Desain produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian, karena desain sangat penting terutama pembuatan dan pemasaran jasa eceran, busana, barang kemasan, dan peralatan tahan lama. Desainer harus menemukan berapa banyak yang diinvestasikan dalam bentuk pengembangan fitur, kinerja, kesesuaian, ketahanan, keandalan, kemudahan perbaikan, dan gaya. Bagi perusahaan, produk yang dirancang dengan baik adalah produk yang mudah dibuat dan didistribusikan. Bagi pelanggan, produk yang dirancang dengan baik adalah produk yang penampilannya menyenangkan dan mudah dibuka, dipasang, digunakan, diperbaiki dan disingkirkan. Desainer harus memperhitungkan semua faktor ini. Pendapat atas desain yang baik sangat meyakinkan terutama bagi perusahaan produk konsumen yang lebih kecil dan perusahaan pemula yang tidak mempunyai anggaran iklan yang besar (Kotler dan Keller, 2009:11)

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan oleh peneliti bahwa terdapat permasalahan yang ada di Duta Phonecell dengan melakukan wawancara kepada konsumen bahwa Duta Phonecell bahwa beliau mengatakan bahwa kualitas produk dan desain produk yang dijual di Duta Phonecell tidak mengalami kemajuan dan tidak up to date. Produk yang dijual hanya itu-itu saja sehingga menyebabkan penurunan pembelian konsumen.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian tentang “Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian di Duta Phonecell Kota Bengkulu”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang dan hasil survey di atas, maka didapatkan masalah sebagai berikut:

1. Kualitas produk dan desain produk yang dijual di Duta Phonecell tidak mengalami kemajuan dan tidak up to date.
2. Produk yang dijual hanya itu-itu saja sehingga menyebabkan penurunan pembelian konsumen.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, rumusan masalah yang akan dibahas pada penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Duta Phonecell Kota Bengkulu?
2. Apakah desain berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Duta Phonecell Kota Bengkulu?

3. Apakah kualitas produk dan desain berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Duta Phonecell Kota Bengkulu?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian ini berdasarkan permasalahan yang dikemukakan di atas, maka tujuan penelitian pada penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Duta Phonecell Kota Bengkulu
2. Untuk mengetahui pengaruh desain terhadap keputusan pembelian di Duta Phonecell Kota Bengkulu
3. Untuk mengetahui pengaruh desain terhadap keputusan pembelian di Duta Phonecell Kota Bengkulu

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan yang diharapkan dari penelitian ini, antara lain:

1.5.1 Manfaat Teoritis

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan dalam membuat suatu karya ilmiah dan mengaplikasikan hasil yang telah didapat di bangku kuliah dengan kondisi perusahaan yang sesungguhnya

1.5.2 Manfaat Praktis

1. Sebagai masukan bagi Duta Phonecell Kota Bengkulu dalam membuat kebijakan dalam membuat pengunjung memutuskan untuk membeli.
2. Dapat digunakan sebagai referensi bagi peneliti lanjutan yang berhubungan dengan variabel yang diteliti.