

**Judul Penelitian** : **Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Sharp di Toko UFO Elektronika Kediri**

Dosen Pembimbing : Indah Yuni Astuti, S.E., M.M  
Angga Permana, M, S.E., M.M.

Nama Mahasiswa : Milka Muji Novita

NPM : 20130210139

### **ABSTRAKSI**

Elektronik rumah tangga adalah produk yang dibutuhkan oleh kalangan masyarakat pada saat ini sehingga banyak sekali perusahaan-perusahaan yang menciptakan produk elektronik yang mampu bersaing dalam meningkatkan minat beli konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, desain produk, dan kepercayaan merek terhadap minat beli konsumen pada produk Sharp di Toko UFO Elektronika Kediri. Lokasi penelitian ini ada di Jl. Joyoboyo No.b2, Dandangan Kec. Kota Kediri. Jenis penelitian ini menggunakan jenis kuantitatif deskriptif. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik accidental sampling yang menghasilkan responden sebanyak 92 responden. Alat analisis yang digunakan untuk penelitian ini yaitu SPSS For Windows 25.

Berdasarkan pengujian yang dilakukan dengan analisis regresi linier berganda Uji t menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh terhadap minat beli konsumen, hal ini ditunjukkan nilai  $2,296 > 1,291$ , kemudian desain produk berpengaruh secara parsial terhadap minat beli konsumen dapat dilihat bahwa nilai yang dihasilkan  $2,311 > 1,291$ , juga

kepercayaan merek memiliki pengaruh terhadap minat beli konsumen dengan nilai  $3,470 > 1,291$ . Uji F menunjukkan bahwa kualitas produk, desain produk, dan kepercayaan merek berpengaruh terhadap minat beli konsumen secara simultan ditunjukkan dengan nilai  $10,813 > 2,71$ .

**Kata Kunci: Kualitas Produk, Desain Produk, Kepercayaan Merek, Minat Beli Konsumen**

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN UJIAN .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAKSI.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Batasan Masalah.....	8
1.3 Rumusan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian .....	9
1.5 Manfaat Penelitian .....	9
1.5.1 Manfaat Operasional .....	9
1.5.2 Manfaat Akademik .....	10
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>11</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	11
2.2 Tinjauan dan Kajian Pustaka .....	17
2.2.1 Kualitas Produk .....	18
2.2.1.1 Pengertian Kualitas Produk.....	18
2.2.1.2 Dimensi Kualitas Produk.....	19
2.2.1.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk .....	20
2.2.1.4 Indikator Kualitas Produk .....	23
2.2.2 Desain Produk.....	25
2.2.2.1 Pengertian Desain Produk .....	25
2.2.2.2 Faktor Yang Mempengaruhi Desain Produk .....	26
2.2.2.3 Indikator Desain Produk.....	27
2.2.2.4 Parameter Desain Produk .....	28
2.2.3 Kepercayaan Merek.....	30
2.2.3.1 Pengertian Kepercayaan Merek.....	30

2.2.3.2	Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan Merek .....	31
2.2.3.3	Dimensi Kepercayaan Merek.....	31
2.2.4	Minat Beli.....	32
2.2.4.1	Pengertian Minat Beli .....	32
2.2.4.2	Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli ..	33
2.2.4.3	Indikator Minat Beli.....	34
2.2.4.4	Aspek-aspek Minat Beli.....	35
2.3	Teori Hubungan Antar Variabel.....	35
2.3.1	Pengaruh Kualitas Produk dengan Minat Beli....	35
2.3.2	Pengaruh Desain Produk dengan Minat Beli .....	36
2.3.3	Pengaruh Kepercayaan Merek Dengan Minat Beli.....	37
2.3.4	Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, dan Kepercayaan Merek dengan Minat Beli.....	38
2.5	Formula Hipotesis.....	41
2.5.1	Pengaruh Secara Parsial Kualitas Produk Terhadap Minat Beli .....	42
2.5.2	Pengaruh Secara Parsial Desain Produk Terhadap Minat Beli .....	42
2.5.3	Pengaruh Secara Parsial Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli .....	43
2.5.4	Pengaruh Secara Simultan Kualitas Produk, Desain Produk, dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli .....	44
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>46</b>
3.1	Ruang Lingkup Penelitian.....	46
3.2	Jenis Penelitian .....	46
3.3	Lokasi Penelitian.....	46
3.4	Populasi dan Sampel .....	47
3.4.1	Populasi .....	47
3.4.2	Sampel.....	47
3.5	Teknik Pengambilan Sampel.....	47
3.6	Penentuan Jumlah Sampel .....	48
3.7	Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.7.1	Sumber Data .....	49

3.7.2 Teknik Pengumpulan Data .....	50
3.8 Identifikasi Variabel.....	51
3.9 Definisi Operasional .....	53
3.10 Teknik Analisis Data.....	56
3.10.1 Uji Prasyarat .....	57
3.10.1.1 Uji Validitas .....	57
3.10.1.2 Uji Reliabilitas .....	57
3.10.2 Asumsi Klasik.....	58
3.10.2.1 Uji Normalitas .....	58
3.10.2.2 Uji Heteroskedastisitas .....	58
3.10.2.3 Uji Multikolinieritas.....	59
3.10.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	59
3.10.4 Uji Hipotesis .....	59
3.10.4.1 Uji Parsial (Uji t) .....	59
3.10.4.2 Uji Simultan (Uji F) .....	60
3.10.5 Koefisien Determinan ( $R^2$ ) .....	61
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>62</b>
4.1 Gambaran Umum .....	62
4.1.1 Sejarah Perusahaan .....	62
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	64
4.1.2.1 Visi Perusahaan.....	64
4.1.2.2 Misi Perusahaan.....	64
4.1.3 Perusahaan UFO Elektronika Kediri.....	65
4.2 Pembahasan dan Hasil .....	66
4.2.1 Gambaran Umum Responden .....	66
4.2.2 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	67
4.2.3 Jumlah Responden Berdasarkan Usia .....	67
4.2.4 Distribusi Frekuensi Variabel .....	68
4.2.5 Uji Prasyarat .....	74
4.2.5.1 Uji Validitas .....	74
4.2.5.2 Uji Reliabilitas .....	76
4.2.6 Uji Asumsi Klasik.....	77
4.2.6.1 Uji Normalitas .....	77
4.2.6.2 Uji Multikolinieritas.....	78
4.2.6.3 Uji Heterokedastisitas.....	79
4.2.7 Analisis Regresi Linier Berganda .....	80

4.2.8 Koefisien Determinan ( $R^2$ ).....	81
4.2.9 Uji Hipotesis .....	81
4.2.9.1 Uji t (Parsial).....	81
4.2.9.2 Uji F (Simultan) .....	82
4.3 Interpretasi Data.....	82
4.3.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Sharp di Toko UFO Elektronika Kediri.....	82
4.3.2 Pengaruh Desain Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Sharp di Toko UFO Elektronika Kediri.....	83
4.3.3 Pengaruh Kepercayaan Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Sharp di Toko UFO Elektronika Kediri.....	84
4.3.4 Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Sharp di Toko UFO Elektronika Kediri.....	85
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>87</b>
5.1 Kesimpulan.....	87
5.2 Saran.....	87
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>89</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>93</b>