



**ANALISIS PENGARUH ANTARA DESAIN PRODUK, HARGA, DAN
PROMOSI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PRODUK KASUR
LANTAI DUNIA GELATIK DI KARABAN PATI**

**Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan
Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muria Kudus**

Oleh:

**M. BADRUT TAMAM
NIM 2013-11-234**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2018**

**ANALISIS PENGARUH ANTARA DESAIN PRODUK, HARGA, DAN
PROMOSI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PRODUK KASUR
LANTAI DUNIA GELATIK DI KARABAN PATI**

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan
Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Tanggal

Pembimbing I

Dr. Supriyono, SE. MM
NIS. 0614037104

Pembimbing II

Noor Aziz, SE. MM
NIDN. 0609107501

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen

Agung Subono, SE.,M.Si
NIDN. 0520017602

**ANALISIS PENGARUH ANTARA DESAIN PRODUK, HARGA, DAN
PROMOSI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PRODUK KASUR
LANTAI DUNIA GELATIK KARABAN PATI**

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan
Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus 2018

Kudus,2018

**Mengetahui,
Ketua Progdi**



**(Agung Subono, SE.,M.Si)
NIDN. 0520017602
Mengetahui**

Dekan



**(Dr. H. Mochammad Edris, Drs, MM.)
NIDN.0618066201**

Pembimbing I



**(Dr. Supriyono, SE. MM)
NIDN.0614037104**

Pembimbing II



**(Noor Aziz, SE. MM)
NIDN.0609107501**

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

1. *Allahumma laa sahla illa maa ja'altahu sahlaa, wa anta taj'alul hazna idza sahlaa (HR. Ibnu Hibban).*
2. *Lapangkanlah untukku dadaku dan mudahkanlah untukku urusanku dan lepaskanlah kekakuan dari lidahku supaya mereka mengerti perkataanku (Q.S: Thoha: 25-28).*
3. *When you TRY, you HOPE. When you DO, you SUCCEED (peneliti).*

Persembahan :

Goresan tinta skripsi ini merupakan karunia Allah SWT, sebuah persembahan bagi:

1. Orang tua tercinta setiap detik mencurahkan doa, kasih sayang dan dukungan yang mengalir tiada henti.
2. Teman-teman program studi manajemen ekonomi UMK yang telah berbagi ilmu bermanfaat.
3. Almamater kebanggaanku Fakultas Ekonomi UMK.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Antara Desain Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Kasur Lantai Dunia Gelatik di Karaban Pati” ini sebagai salah satu syarat gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Muria Kudus.

Penyusunan skripsi ini, peneliti memperoleh dukungan, bimbingan, motivasi dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Mochammad Edris, Drs. MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.
2. Bapak Agung Subono, SE, M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.
3. Drs. Supriyono, SE.,MM selaku dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dengan penuh kesabaran, saran yang bermanfaat bagi peneliti dan kemudahan dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
4. Noor Aziz, SE.,MM., selaku Dosen Pembimbing II yang juga telah membimbing dengan penuh kesabaran, memberikan pengarahan, saran yang bermanfaat bagi peneliti dan kemudahan dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
5. Bu Nurhayati selaku pengrajin kasur lantai Dunia Gelatik Garung Lor yang telah memberikan izin melakukan penelitian ini,
6. Teman-teman program studi manajemen yang telah membantu dalam pelaksanaan penelitian.
7. Semua pihak yang telah membantu terselesainya skripsi ini yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu.

Peneliti tidak dapat membalas segala bimbingan, bantuan dan dukungan yang telah diberikan, semoga Allah SWT memberikan karunia dan keberkahan

yang berlimpah. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat yang positif bagi semua pihak.

Kudus, 14 Agustus 2017
Peneliti

M.Badrut Tamam



**ANALISIS PENGARUH ANTARA DESAIN PRODUK, HARGA, DAN
PROMOSI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PRODUK KASUR
LANTAI DUNIA GELATIK DI KARABAN PATI**

**M. BADRUT TAMAM
NIM 2013-11-234**

**Pembimbing : 1. Dr. Supriyono, SE.,MM
Pembimbing : 2. Noor Aziz, SE.,MM**

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis seberapa besar pengaruh desain produk, harga, dan promosi terhadap minat beli konsumen produk kasur lantai Dunia Gelatik di Karaban Pati.

Jenis penelitian ini adalah penelitian survei, yaitu penelitian yang mengambil sampel dari populasi dan menggunakan kuisisioner sebagai alat dalam mencari data. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah membeli produk kasur lantai Dunia Gelatik di Karaban Pati. Dalam pengambilan sampel ini peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel dengan menggunakan metode *Purposive Sampling* yaitu sebanyak 30 konsumen produk kasur lantai Dunia Gelatik di Karaban Pati. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah daftar pertanyaan (*questionnaire*) dan studi dokumentasi.

Hasil analisis regresi berganda $Y = 4,008 + 0,353X_1 + 0,235X_2 + 0,381X_3$ Variabel independen yang paling berpengaruh terhadap variabel dependen adalah variabel desain produk (0,353), harga (0,235) dan diikuti oleh variabel promosi (0,381). Hasil uji t membuktikan bahwa semua variabel independen (desain produk, harga dan promosi) mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen yaitu minat beli konsumen produk kasur lantai Dunia Gelatik di Karaban Pati. Artinya menurut konsumen, ketiga variabel independen tersebut dianggap penting dalam peningkatan minat beli konsumen. Dan koefisien determinasi (*adjusted R2*) yang diperoleh sebesar 0,454 atau 45,4%. Hal ini menunjukkan bahwa prosentase sumbangan pengaruh variabel independen desain produk, harga, dan promosi terhadap variabel dependen minat beli konsumen sebesar 45,4% sedangkan sisanya sebesar 54,6% diterangkan oleh variabel lain yang tidak diajukkan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: desain produk, harga, promosi, minat beli konsumen

**ANALYSIS OF INFLUENCE BETWEEN PRODUCT DESIGN, PRICE,
AND PROMOTION OF INTEREST CONSUMER PRODUCTS BUYING
GELATIK DUNIA FLOOR IN CATFISH PATIENTS**

**M. BADRUT TAMAM
NIM 2013-11-234**

**Counselor: 1. Dr. Supriyono, SE., MM
Counselor: 2. Noor Aziz, SE., MM**

**UNIVERSITY MURIA KUDUS
FACULTY OF ECONOMYCHOGRAM STUDY MANAGEMENT**

ABSTRACTION

This study aims to examine and analyze how much influence the design of products, prices, and promotion of consumer buying interest in the product of Gelatik Dunia mattress at Karaban Pati.

This research type is survey research, that is research which take sample from population and use kuisisioner as tool in finding data. The population in this study are consumers who have purchased the mattress products of the Gelatik Dunia floor in Karaban Pati. In this sampling the researcher use sampling technique by using method of Purposive Sampling that is as much as 30 consumer of Gelatik Dunia Mattress product in Karaban Pati. Data collection techniques used in this study is a list of questions (questionnaire) and study documentation.

The result of multiple regression analysis $Y = 4.008 + 0,353X_1 + 0,235X_2 + 0,381X_3$ The most independent variable influencing dependent variable is product design (0,353), price (0,235) and followed by promotion variable (0,381). The result of t test proves that all independent variables (product design, darga and promotion) have a positive influence on the dependent variable that is consumer buying interest in mattress product of Gelatik Dunia in Karaban Pati. This means that according to consumers, the three independent variables are considered important in increasing consumer buying interest. And the coefficient of determination (adjusted R²) obtained by 0.454 or 45.4%. This shows that the percentage of contribution of independent variable of product design, price, and promotion to dependent variable of consumer buying interest is 45,4% while the rest equal to 54,6% explained by other variable not submitted in this research.

Keywords: product design, price, promotion, consumer buying interest

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--|----------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iii |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN | iv |
| KATA PENGANTAR | v |
| ABSTRAKSI | vii |
| ABSTRACTION | vii |
| DAFTAR ISI | ix |
| DAFTAR TABEL | |
| DAFTAR GAMBAR | |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Ruang Lingkup | 5 |
| 1.3 Perumusan Masalah | 5 |
| 1.4 Tujuan Penelitian | 6 |
| 1.5 Manfaat Penelitian | 7 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 8 |
| 2.1 Minat Beli Konsumen | 8 |
| 2.1.1 Pengertian Minat Beli Konsumen | 8 |
| 2.1.2 Proses Minat Beli Konsumen | 9 |

| | | |
|---------------------------------------|--|-----------|
| 2.1.3 | Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen. | 10 |
| 2.1.4 | Indikator Minat Beli Konsumen | 12 |
| 2.2 | Desain Produk | 12 |
| 2.2.1 | Pengertian Desain Produk | 12 |
| 2.2.2 | Indikator Desain Produk | 16 |
| 2.3 | Harga | 16 |
| 2.3.1 | Pengertian Harga | 16 |
| 2.3.2 | Tujuan Penetapan Harga | 18 |
| 2.3.3 | Faktor Pertimbangan dalam Penetapan Harga | 20 |
| 2.3.4 | Indikator Harga | 21 |
| 2.4 | Promosi | 22 |
| 2.4.1 | Pengertian Promosi | 23 |
| 2.4.2 | Tujuan Promosi | 23 |
| 2.4.3 | Indikator Promosi | 24 |
| 2.5 | Hubungan Antar Variabel | 25 |
| 2.5.1 | Hubungan Desain Produk Terhadap Minat Beli Kosumen ... | 25 |
| 2.5.2 | Hubungan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen | 26 |
| 2.5.3 | Hubungan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen | 27 |
| 2.6 | Tujuan Penelitian Terdahulu | 28 |
| 2.7 | Kerangka Pikir Teoritis | 30 |
| 2.8 | Hipotesis | 32 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | | 33 |
| 3.1 | Rancangan Penelitian | 33 |

| | |
|--|-----------|
| 3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional | 33 |
| 3.3 Jenis dan Sumber Data | 35 |
| 3.4 Populasi dan Sampel | 36 |
| 3.5 Pengumpulan Data | 37 |
| 3.6 Uji Instrumen Penelitian | 38 |
| 3.6.1 Uji Validitas | 38 |
| 3.6.2 Uji Reliabilitas | 39 |
| 3.7 Uji Asumsi Klasik | 40 |
| 3.7.1 Uji Multikolinieritas | 40 |
| 3.7.2 Uji Heteroskedastisitas | 40 |
| 3.7.3 Uji Normalitas | 41 |
| 3.8 Analisis Data | 41 |
| 3.8.1 Analisis Deskriptif Persentase | 41 |
| 3.8.2 Analisis Regresi Berganda | 43 |
| 3.8.3 Koefisien Determinasi (R^2) | 44 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN..... | 46 |
| 4.1 Deskripsi Obyek Penelitian | 46 |
| 4.1.1 Deskripsi Responden | 49 |
| 4.2 Penyajian Data | 50 |
| 4.2.1 Deskripsi Variabel Desain Produk (X_1) | 51 |
| 4.2.2 Deskripsi Variabel Harga (X_2) | 54 |
| 4.2.3 Deskripsi Variabel Promosi (X_3) | 56 |
| 4.2.4 Deskripsi Minat Beli Konsumen (Y) | 59 |

| | |
|---|-----------|
| 4.3 Uji Instrumen Penelitian | 60 |
| 4.4 Uji Asumsi Klasik | 62 |
| 4.5 Analisis Data | 65 |
| 4.5.1 Pengujian Hipotesis | 65 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 71 |
| 5.1 Kesimpulan | 71 |
| 5.2 Saran-Saran | 72 |
| DAFTAR PUSTAKA | 73 |
| LAMPIRAN..... | 75 |

