

**PENGARUH DESAIN PRODUK DAN DAYA TARIK
IKLAN TERHADAP MINAT BELI PELANGGAN
ARAFLANELBOUQUET DI BEKASI UTARA**

SKRIPSI

OLEH:

FARAH DILA ROMADHONA

201610325016



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2020**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Desain Produk dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Pelanggan *Araflanelbouquet* di Bekasi Utara

Nama Mahasiswa : Farah Dila Romadhona

Nomor Pokok Mahasiswa : 201610325016

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 24 Juli 2020



Drs. Soehardi, M.B.A., PH.D.
NIDN : 0311096604

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Desain Produk dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Pelanggan *Araflanelbouquet* di Bekasi Utara

Nama Mahasiswa : Farah Dila Romadhona

Nomor Pokok Mahasiswa : 201610325016

Fakultas/Program Studi : Ekonomi/Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 24 Juli 2020

Jakarta, 24 Juli 2020

MENGESAHKAN

Ketua Tim Penguji : M. Fadhli Nursal, SE, MM
NIDN: 0325057908

Penguji I : Drs. Soehardi, MBA, Ph.D
NIDN: 0311096604

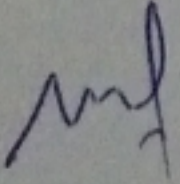
Penguji II : Widi Winarso, SE, MM
NIDN: 0319067606

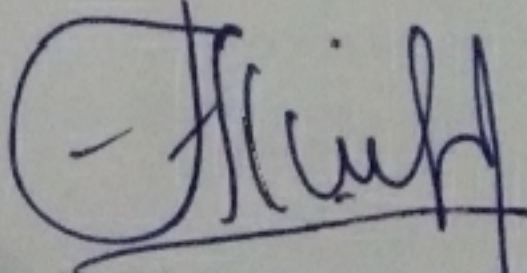
MENGETAHUI



Ketua Program Studi
Manajemen

Dekan
Fakultas Ekonomi


M. Fadhli Nursal, S.E., MM
NIDN: 0325057908


Dr. Istianingsih, M.S.Ak., CA., CSRA., CACP
NIDN: 0318107101

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT, atas berkat rahmat serta ridho-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik yang merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi dalam menyelesaikan program pendidikan Strata Satu (S1), Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Bekasi. Terkait dengan hal tersebut, penulis menyusun skripsi dengan judul “Pengaruh Desain Produk dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Pelanggan *Araflanelbouquet* di Bekasi Utara”.

Penulis ingin mengucapkan terimakasih untuk pihak-pihak yang sudah bersedia membantu dalam penyusunan skripsi ini. Dan skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Bapak Inspektur Jendral Polisi (P) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, SH., MM. Selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Bekasi.
2. Ibu Dr. Istianingsih Sastrodiharjo, M.S.Ak.,CA.,CSRA.,CACP. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Bekasi.
3. Bapak M. Fadhli Nursal, S.E., M.M. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Bekasi.
4. Bapak Drs. Soehardi MBA. PH.D. Selaku Dosen Pembimbing yang senantiasa membimbing serta memberi dukungan kepada penulis sehingga penelitian skripsi ini selesai tepat pada waktunya.
5. Dhumal Agus Lasidi, Romadhonis Lasdiari, dan Yos Maladi. Selaku ketiga Kakak kandung penulis yang telah memberikan dukungan, dan perhatian yang luar biasa sehingga saya bisa berada di titik ini.
6. Ladiyana Prihantini selaku bude penulis yang membantu penulis bisa menyelesaikan kuliah sampai akhir serta memberikan cinta dan kasih sayang tanpa batas.
7. Satriyo Adhie Wibowo selaku orang yang penting bagi penulis serta memberikan dukungan penuh kepada penulis

8. Teman-teman kelas C1– C2 Manajemen, teman seperjuangan satu angkatanku, semoga kita dapat menggapai cita-cita yang diinginkan dan masih dapat bertemu di lain kesempatan.
9. Ella Alvita Nuraini. Selaku teman terbaik dari awal semester hingga saat ini yang selalu menemani, membantu penulis dalam perkuliahan, entah bagaimana jika penulis tanpanya.
10. Kurnia Rachmadiyahana, Tasya Patrisia da Getha Anastasia. Selaku teman baik yang memberikan dukungan, perhatian penuh.



Jakarta, 6 Agustus 2020

Penulis

Farah Dila Romadhona

NPM. 201610325016

ABSTRAK

Farah Dila Romadhona. 201610325016. Pengaruh Desain Produk dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Pelanggan *Araflanelbouquet* di Bekasi Utara. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh desain produk dan daya tarik iklan terhadap minat beli pelanggan *Araflanelbouquet* di Bekasi Utara. Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dan teknik yang digunakan adalah teknik sampel jenuh. Dasar penelitian menggunakan 102 responden untuk digunakan sebagai sampel dalam penelitian, dalam penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dengan penyebaran kuesioner kepada pelanggan *Araflanelbouquet* di Bekasi Utara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam uji parsial (t) variabel desain produk didapatkan nilai sig 0,001 lebih kecil 0,05 dan nilai t_{hitung} 3,305 lebih besar t_{tabel} 1,983. Variabel daya Tarik iklan didapatkan nilai sig 0,005 lebih kecil 0,05 dan nilai t_{hitung} 2,851 lebih besar t_{tabel} 1,983. Selanjutnya dalam uji simultan (F) bahwa variabel desain produk dan daya tarik iklan berpengaruh terhadap variabel terikat minat beli pelanggan dengan nilai bahwa nilai sig berpengaruh X_1 dan X_2 secara simultan terhadap Y adalah 0,000 lebih kecil 0,05 dan nilai f_{hitung} 16,239 lebih besar f_{tabel} 3,09. Kemudian untuk uji determinasi (r^2) dihasilkan bahwa korelasi antara desain produk (X_1), dan daya tarik iklan (X_2) terhadap minat beli pelanggan (Y) sebesar 23,2 %.

Kata kunci: Desain Produk, Daya Tarik Iklan, dan Minat Beli

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul

Pengaruh Desain Produk dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Pelanggan *Araflanelbouquet* di Bekasi Utara merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 6 Agustus 2020

Yang membuat pernyataan,



Farah Dila Romadhona

NPM. 201610325016

ABSTRACT

Farah Dila Romadhona. 201610325016. *The Effect of Product Design and Attractiveness Advertisements on Purchasing Interests Araflanelbouquet Customers in North Bekasi.*

This study aims to determine whether there is an influence of product design and attractiveness of advertisements on buying interest of Araflanelbouquet customers in North Bekasi. In this study using quantitative methods, and the technique used is a saturated sample technique. The basis of the study used 102 respondents to be used as samples in the study, in this study using primary data obtained by distributing questionnaires to Araflanelbouquet customers in North Bekasi. The results showed that in the partial test (t) product design variables obtained sig value of 0.001 less than 0.05 and tcount value of 3.305 grather than 1.983 table. The pull variable of advertisement got sig value 0.005 less than 0.05 and tcount value 2.851 greater than t table 1.983. Furthermore, in the simultaneous test (F) that the product design variables and the attractiveness of advertisements affect the dependent variable of customer buying interest with the value that the sig value influences X_1 and X_2 simultaneously on Y is 0,000 less than 0.05 and the fcount value is 16.239 greater than ftabel 3.09 . Then for the test of determination (r^2) produced that the correlation between product design (X_1), and the attractiveness of advertising (X_2) on customer buying interest (Y) of 23.2%.

Keywords: Product Design, Advertising Attractiveness, and Purchase Interest

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFT ARTABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Batasan Masalah	7
1.6 Sistematika Penulisan	7
BAB II	9
TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Desain Produk	9
2.1.1 Pengertian Desain Produk	9
2.1.2 Strategi Desain Produk	15
2.1.3 Faktor-faktor Desain Produk	16

2.1.4 Tujuan Desain Produk	18
2.1.5 Dimensi Desain Produk	19
2.2 Iklan.....	20
2.2.1 Pengertian Iklan.....	20
2.2.2 Indikator-indikator pengiklanan	21
2.2.3 Tujuan dan Fungsi Iklan	22
2.3 Minat Beli Pelanggan	24
2.3.1 Pengertian Minat Beli Pelanggan	24
2.3.2 Indikator Minat Beli Pelanggan	27
2.3.3 Faktor yang membentuk Minat Beli	28
2.4 Hipotesis Penelitian	29
2.5 Kerangka Berfikir	30
2.6 Penelitian Terdahulu	31
BAB III.....	36
METODE PENELITIAN.....	36
3.1 Desain Penelitian.....	36
3.2 Tahapan Penelitian	37
3.3 Model Konseptual	37
3.4 Operasional Variabel	38
3.5 Waktu dan Tempat Penelitian	39
3.5.1 Waktu Penelitian	39
3.5.2 Tempat Penelitian	39
3.6 Metode Pengambilan Populasi dan Sampel	39
3.6.1 Populasi Penelitian	39
3.6.2 Sampel penelitian	40
3.7 Teknik Pengumpulan Data	40
3.7.1 Kuesioner	40

3.8 Metode Analisis Data	41
3.8.1 Uji Validitas	41
3.8.2 Uji Reliabilitas	41
3.9 Uji Asumsi Klasik	41
3.9.1 Uji Normalitas.....	41
3.9.2 Uji Multikolinearitas	42
3.9.3 Uji Heteroskedastisitas	42
3.10 Analisis Regresi Linier	42
3.11 Pengujian Hipotesis	42
3.11.1 Uji Parsial (Uji T).....	42
3.11.2 Uji Simultan (Uji F)	43
3.12 Regresi Linier Berganda	43
BAB IV	44
HASIL DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Profil Perusahaan	44
4.1.1 Visi dan Misi	44
4.1.2 Struktur Organisasi	45
4.2 Hasil penelitian	45
4.2.1 Deskripsi Data	45
4.2.2 Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner	45
4.2.3 Identitas Responden	46
4.3 Uji Analisis Data	49
4.3.1 Uji Validitas	49
4.3.2 Uji Reabilitas	51
4.4 Uji Asumsi Klasik	52
4.4.1 Uji Normalitas.....	52
4.4.2 Uji Multikolinearitas	52

4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	53
4.5 Uji Analisis Regresi Linear Berganda	54
4.6 Uji Hipotesis	55
4.6.1 Uji t (Parsial)	55
4.6.2 Uji F (Simultan)	56
4.6.3 Uji Koefisien Determinan (r^2)	56
4.7 Pembahasan	57
BAB V	59
KESIMPULAN DAN SARAN	59
5.1 Kesimpulan	59
5.2 Implikasi Manajerial	60
5.3 Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA	62
BIODATA PENULIS.....	64
LAMPIRAN	65



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Persaingan Usaha	5
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3.1	Pengertian Penulis	37
Tabel 4.1	Proses Penerimaan Kuesioner	45
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Umur	46
Tabel 4.3	Responden Berdasarkan status	47
Tabel 4.4	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 4.5	Uji Validitas	48
Tabel 4.8	Uji Reabilitas	50



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran	31
Gambar 3.1	Model Konseptual	36
Gambar 4.1	Struktur Organisasi	44
Gambar 4.2	Diagram Lingkaran	45
Gambar 4.4	Hasil Uji Normalitas	50
Gambar 4.6	Hasil Uji Multikolinieritas	51
Gambar 4.7	Hasil Uji Heteroskedastisitas	52
Gambar 4.8	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	52
Gambar 4.9	Hasil Uji T	53
Gambar 4.10	Hasil Uji F	54
Gambar 4.11	Hasil Uji Koefisien Determinasi	55



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Rekapitulasi Hasil Kuesioner
- Lampiran 3 Output SPSS Versi 24

