

**PENGARUH IKLAN, MEREK, DAN DESAIN TERHADAP
MINAT BELI SARUNG “WADIMOR” DI PONOROGO
STUDI PADA TOKO BUSANA MUSLIM
AMARTA PONOROGO**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Sugeng Rianto
NIM : 10.41.2528
Program Studi : Manajemen

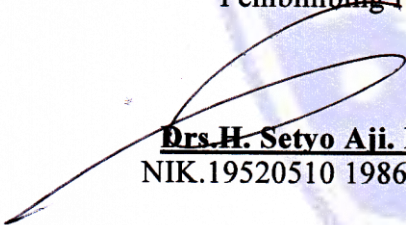
**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO
2015**

HALAMAN PENGESAHAN

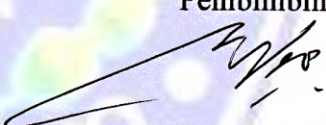
Nama : Sugeng Rianto
NIM : 10412528
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Judul Skripsi : Pengaruh Iklan Merek Dan Desain Terhadap Minat Beli Sarung Wadimor Di Ponorogo Studi Pada Toko Busana Muslim Amarta Ponorogo Jl. Jaksa Agung Suprpto No. 15 Mangkujayan.

Isi Dan Formatnya Telah Disetujui Dan Dinyatakan Memenuhi Syarat Untuk Melengkapi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S 1) Pada Program Study Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo


Pembimbing I


Drs. H. Setyo Aji, MM
NIK.19520510 198601 11

Pembimbing II


Edi Santoso, SE.MM
NIK. 19740311 200103 12

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi


Titi Ratni, SE.MM
NIK.19630505 199001 11

Dosen Penguji


Hadi Sumarsono, SE, M.Si
NIK. 1976050820050111


Drs. H. Setyo Aji, MM
NIK. 19520510 198601 11


Naning Kristiana, SE.MM
NIK. 1975092120030914

RINGKASAN

Negara Indonesia merupakan Negara yang mayoritas penduduknya beragama Islam. Hal tersebut membuat munculnya perusahaan-perusahaan yang memproduksi produk sarung. Para produsen berlomba-lomba menciptakan sarung dengan Desain yang menarik untuk mampu menarik minat beli konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Iklan, Merek dan Desain terhadap minat beli sarung bermerek Wadimor di Ponorogo, responden yang terlibat dalam ini sebanyak 69 orang. Dan dengan menggunakan pendekatan *Accidental sampling* dan metode analisis data dilakukan dengan regresi linier berganda menggunakan software SPSS.

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan persamaan regresi sebagai berikut:
 $Y = -0,340 - 0,842X_1 + 0,027x_2 + 1,815x_3$

Maksud dari persamaan tersebut adalah (a) bahwa pada saat variabel Iklan, Merek, dan Desain tidak ada, maka minat beli akan turun sebesar -0,340 (b) yang berarti bahwa pada saat tidak mengiklankan maka minat beli akan turun sebesar -0,842. (c) berarti bahwa apabila variabel Merek naik 1 satuan maka minat beli akan naik sebesar 0,027. (d) yang berarti bahwa apabila variabel Desain naik 1 satuan maka minat beli akan naik sebesar 1,815.

Hasil analisa koefisien determinasi diketahui bahwa besarnya nilai koefisien determinasi (*adjusted R2*) yang diperoleh sebesar 0,821. Hal ini berarti 82,1% minat beli sarung bermerek Wadimor dipengaruhi oleh Iklan, Merek, Desain. Sedangkan sisanya yaitu 17,9% minat beli sarung bermerek Wadimor dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil analisis dengan menggunakan uji F (serempak) diperoleh nilai sebesar 105,169 dan F tabel 8,58. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa F hitung > F tabel yang berarti bahwa variabel Iklan, Merek, Desain secara serempak berpengaruh signifikan terhadap variabel minat beli sarung bermerek Wadimor.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum.Wr.Wb

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah penulis panjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayahNya, sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **"PENGARUH IKLAN, MEREK, DAN DESAIN TERHADAP MINAT BELI SARUNG "WADIMOR" DI PONOROGO** (Studi pada toko busana muslim "Amarta" Jl.Jaksa Agung Suprpto No.15 Mangkujayan Ponorogo). Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan program pendidikan strata satu (S1) pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Penulis menyadari bahwa keberhasilan dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Ibu Titi Rapini, SE. MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo
2. Bapak Hadi Sumarsono, SE. MSi selaku ketua program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo
3. Bapak H.Setyo Adji,SE.MM selaku Dosen pembimbing I dan Bapak Edi Santoso, SE. MM selaku Dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, petunjuk, dorongan dan saran dengan penuh tanggung jawab sehingga skripsi ini dapat terselesaikan tanpa ada halangan suatu apapun

4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Semua pihak toko busana muslim “Amarta”, Bapak H.Sudibyo beserta karyawan yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengadakan penelitian dan memberikan berbagai macam informasi dalam rangka penyusunan skripsi ini
6. Seluruh konsumen toko busana muslim “Amarta” Ponorogo yang telah bersedia membantu dan menjadi responden dalam penelitian ini
7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga Allah SWT membalas seluruh amal budi baik dengan RidhoNya. Dengan tangan terbuka, penulis selalu mengharap saran dan kritik demi kebaikan dan kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya aminn.

Wassalamu’alaikum Wr. Wb.

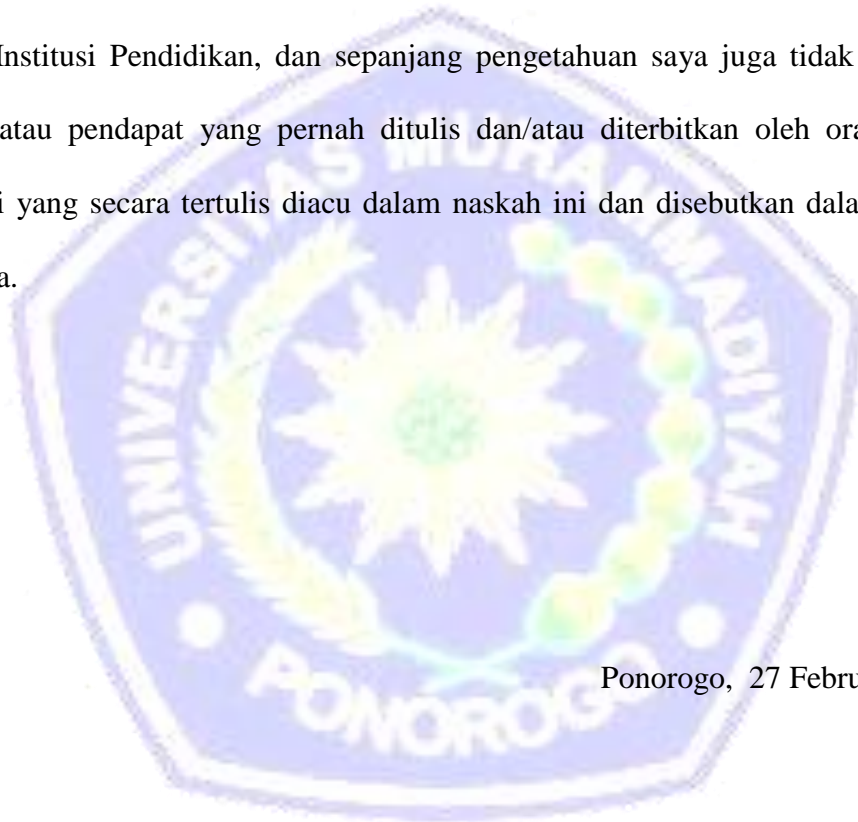
Ponorogo, 27 Februari 2016
Penulis

SUGENG RIANTO
NIM : 10412528

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR

KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.



Ponorogo, 27 Februari 2016

SUGENG RIANTO
NIM 10412525

HALAMAN MOTTO

Tak jarang juga kalau kita akan gagal, kegagalan disini bukan untuk kalian sesali. Yang namanya gagal itu sangatlah wajar, dan jadikan kegagalan tersebut sebagai pembelajaran untuk masa depan. Mungkin kalian bisa gagal dalam bidang bisnis, pendidikan, atau asmara, tetapi jangan sampai hal ini membuat kalian lemah dan mudah menyerah. Coba pelajari serta ambil sisi positif yang bisa kita manfaatkan, karena dengan memandang dari sisi yang berbeda tentu kita akan dapat menyimpulkan oke semangatttt !!!!!!!!!!!!!



HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang selalu memberikan rahmat, taufik, serta hidayahNya kepadaku, suatu nikmat yang tak tergantikan saya masih diberi kesempatan untuk memberi kabar bahagia ini kepada :

1. Ibu (Panikem) dan Bapak (Romadi) tercinta, tanpa lelah kalian telah membesarkanku dengan ketulusan dan cinta kasih yang tak akan mungkin terganti dengan apapun, hanya ucapan terima kasih sebesar-besarnya yang mampu aku ucapkan, buat do'a yang terus engkau lantunkan untukku serta besarnya dukungan baik moril maupun materiil. Sehingga aku bisa menyelesaikan skripsi ini, semoga ada saatnya nanti aku bisa membalas semuanya.amin..
2. Teman-teman KKN di Desa Mrayan,kecamatan ngrayun khususnya kelompokku. Terima kasih atas kebersamaan kita selama 30 hari yang tak pernah akan kulupakan, dan selalu membantuku saat aku kesulitan disana.serta Bapak dan Ibu yang telah memberi kasih sayang selama KKN dan memberi motivasi dan do'a untuk kesuksesan skripsiku.
3. Buat sahabat sahabatku semuanya dikelas manajemen A angkatan 2010 yang tidak mungkin aku sebutkan satu persatu karena jumlahnya banyak sekali.Terima kasih selama aku dikelas telah kalian banyak bantu dalam mengerjakan tugas dan pekerjaan rumah yang diberikan Bapak dan Ibu Dosen kita, dan terima kasih telah memberikanku semangat dan do'a agar skripsi ini bisa diselesaikan dengan lancar.

4. Seluruh pihak yang tidak bisa aku sebutkan satu persatu, terima kasih sudah membantu, meluangkan waktu serta menjadi acuanaku dalam mengerjakan skripsi ini sehingga akhirnya skripsi ini bisa aku selesaikan dengan baik.



DAFTAR ISI

Sampul	i
Halaman Pengesahan.....	ii
Ringkasan	iii
Kata Pengantar.....	iv
Pernyataan Tidak Menyimpang Kode Etik Penelitian	vi
Halaman Motto	vii
Halaman Persembahan.	viii
Daftar Isi	x
Daftar Tabel.....	xiv
Daftar Gambar	xvi
Daftar Lampiran	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	5
1.3. Batasan Masalah	5
1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1.4.1. Tujuan Penelitian	6
1.4.2. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Landasan Teori.....	8

2.1.1. Pengertian Pemasaran	8
2.1.2. Bauran Pemasaran	9
2.1.2.1. Iklan.....	10
2.1.2.2. Merek.....	10
2.1.2.3. Desain	12
2.1.3. Perilaku Konsumen	14
2.1.3.1. Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	15
2.1.3.2. Keputusan Pembelian	18
2.1.3.3. Minat Beli.....	20
2.2. Penelitian Terdahulu	22
2.3. Kerangka Pemikiran	23
2.4. Hipotesis	24
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1. Ruang Lingkup Penelitian	25
3.2. Populasi dan Sampel Penelitian	25
3.2.1. Populasi	26
3.2.2. Sampel	26
3.3. Metode Pengambilan Data	26
3.3.1. Data Primer	26
3.3.2. Data Sekunder	27
3.4. Definisi Operasional dan Variabel	28
3.4.1. Variabel Dependen	28

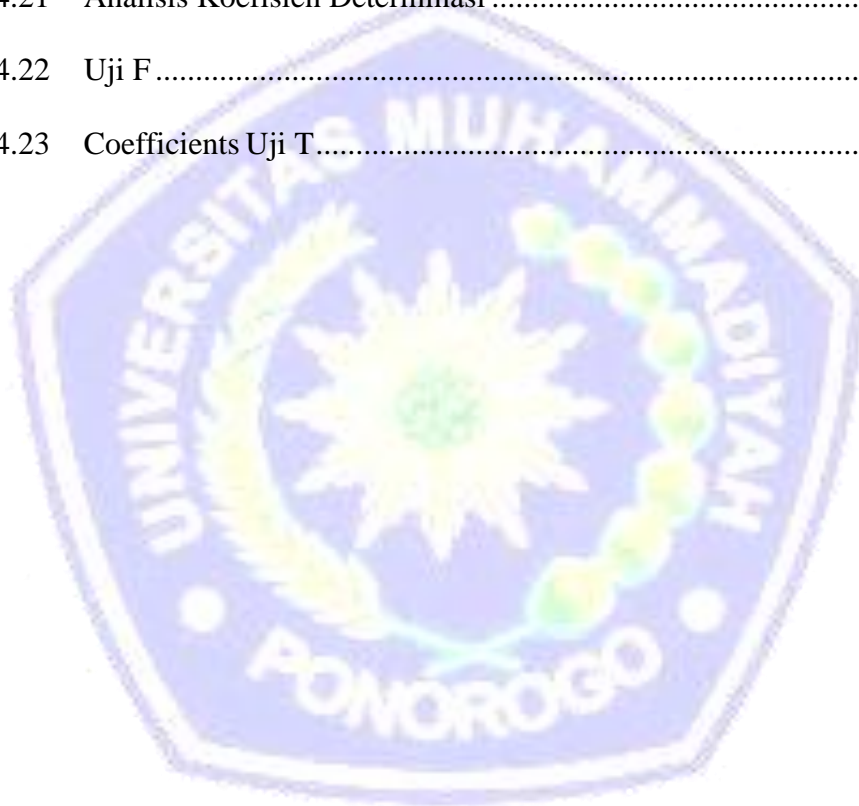
3.4.2 Variabel Independen	28
3.5. Metode Analisa Data	30
3.5.1. Metode Pengumpulan Data	30
3.5.1.1. Uji Validitas	30
3.5.1.2. Uji Reliabilitas	31
3.5.2. Metode Analisa Data	32
3.5.2.1. Regresi Linier Berganda	32
3.5.2.2. Determinasi	33
3.5.2.3. Uji F	33
3.5.2.4. Uji T	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	36
4.1. Gambaran Umum Perusahaan	36
4.1.1. Sejarah Perusahaan	36
4.1.2. Visi dan Misi Perusahaan	38
4.2. Hasil Penelitian	38
4.2.1. Deskripsi Variabel	42
4.2.1.1. Deskripsi Variabel Iklan (X1)	43
4.2.1.2. Deskripsi Variabel Merek (X2)	45
4.2.1.3. Deskripsi Variabel Desain(X3).....	49
4.2.1.4. Deskripsi Variabel Minat Beli (Y)	51
4.3. Pembahasan	54
4.3.1. Analisis Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	55
4.3.1.1. Analisis Uji Validitas	55

4.3.1.2. Analisis Uji Reliabilitas	56
4.3.2. Analisis Regresi Linier Berganda	57
4.3.3. Analisis Koefisien Determinasi	59
4.3.4. Pengujian Hipotesis	60
4.3.4.1. Uji F	60
4.3.4.2. Uji T	62
4.4. Pembahasan Umum	65
4.4.1. Pengaruh Iklan terhadap Minat Beli	66
4.4.2. Pengaruh Merek terhadap Minat Beli	66
4.4.3. Pengaruh Desain terhadap Minat Beli	67
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	69
5.1. Kesimpulan	69
5.2. Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN	73

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Responden berdasar jenis kelamin.	38
Tabel 4.2	Responden berdasarkan usia.	39
Tabel 4.3	Responden berdasarkan tempat tinggal	40
Tabel 4.4	Responden berdasarkan pendidikan	41
Tabel 4.5	Responden berdasarkan pekerjaan.....	42
Tabel 4.6	Tanggapan responden mengenai Iklan yang bersifat memberikan informasi (x1.1)	43
Tabel 4.7	Tanggapan responden mengenai Iklan yang disampaikan bersifat membujuk (x1.2).....	44
Tabel 4.8	Tanggapan responden mengenai Iklan yang disampaikan sarung Wadimor bersifat sebagai pengingat (x1.3).....	45
Tabel 4.9	Tanggapan responden mengenai <i>Brand name</i> (x2.1)	46
Tabel 4.10	Tanggapan responden mengenai Brand mark (x2.2)	47
Tabel 4.11	Tanggapan responden mengenai makna Wadimor (x2.3)	48
Tabel 4.12	Tanggapan responden mengenai <i>performance</i> (x3.1).....	49
Tabel 4.13	Tanggapan responden mengenai ciri-ciri sarung bermerek Wadimor (x3.2).....	50
Tabel 4.14	Tanggapan responden mengenai model dan warna sarung bermerek Wadimor (x3,3).....	51
Tabel 4.15	Tanggapan responden mengenai minat transaksional (Y1)	52

Tabel 4.16	Tanggapan responden mengenai minat refrensial (Y2)	53
Tabel 4.17	Tanggapan responden mengenai minat prefrensial (Y3)	54
Tabel 4.18	Hasil Pengujian Validitas.....	55
Tabel 4.19	Hasil pengujian Reliabilitas	56
Tabel 4.20	Analisis Regresi Linier Berganda	57
Tabel 4.21	Analisis Koefisien Determinasi	60
Tabel 4.22	Uji F	61
Tabel 4.23	Coefficients Uji T.....	63



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.	Tahapan Pengambilan Keputusan Pembelian.....	19
Gambar 2.3.	Kerangka Pemikiran	23
Gambar 4.1	Kurva Daerah Penolakan H_0 Penerimaan H_a	61
Gambar 4.2	Kurva T Hitung Untuk Variabel Iklan (X_1).....	63
Gambar 4.3	Kurva T Hitung Untuk Variabel Merek (X_2).....	64
Gambar 4.4	Kurva T Hitung Untuk Variabel Desain (X_3).....	65



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner	73
Lampiran 2. Tabulasi Data Kuisisioner	77
Lampiran 3. Hasil Pengolahan SPSS	79
Lampiran 4 Tabel Uji T	80
Lampiran 5 Tabel Uji	81

