

**PENGARUH CITRA MEREK (*BRAND IMAGE*), KUALITAS PRODUK,  
DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
“PRODUK BATIK MUKTI RAHAYU” DI KABUPATEN MAGETAN**



**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat  
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Starta Satu (S-1)

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

NAMA : Dwi Agung Wicaksono

NIM : 14413608

PROGRAM STUDI : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2019

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*), Kualitas Produk, dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Batik Mukti Rahayu di Kabupaten Magetan

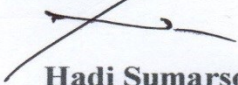
Nama : Dwi Agung Wicaksono

NIM : 14413608

Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Starta Satu (S-1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Pembimbing I



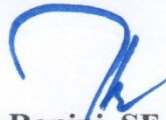
**Hadi Sumarsono, M. Si**  
NIDN. 0008057601

Ponorogo,  
Pembimbing II



**Adi Santoso, SE, MM**  
NIDN. 0727118803

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi



**Titi Rapini, SE, MM**  
NIDN. 0005056301

Dosen Penguji

Dosen Penguji I



**Hadi Sumarsono, M. Si**  
NIDN. 0008057601

Dosen Penguji II



**Edy Santoso, SE, MM**  
NIDK. 0711037401

Dosen Penguji III



**Riawan, SE, MM**  
NIDN. 0705128502

## RINGKASAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan kegiatan ekonomi rakyat yang berdiri sendiri dan berskala kecil serta dikelola oleh kelompok masyarakat atau keluarga. Salah satu UMKM yang menarik untuk dikaji dan mempunyai potensi yang tinggi ialah pengrajin batik Mukti Rahayu atau biasa dikenal sebagai KUBE (Kelompok Usaha Bersama) Mukti Rahayu. KUBE Mukti Rahayu berada di Dusun Papringan Desa Sido Mukti Kecamatan Plaosan Kabupaten Magetan. Batik pring sedapur ialah salah satu ciri khas yang dimiliki oleh KUBE Mukti Rahayu

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Citra Merek (*Brand Image*), Kualitas Produk, dan Desain Produk, terhadap Keputusan Pembelian pada KUBE Mukti Rahayu berada di Dusun Papringan Desa Sido Mukti Kecamatan Plaosan Kabupaten Magetan. Teknik penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan observasi dan kuesioner terhadap 50 responden konsumen KUBE Mukti Rahayu dengan menggunakan teknik *Accident Sampling*. Kemudian dilakukan analisis terhadap data yang diperoleh menggunakan analisis data secara kuantitatif. Analisis kuantitatif menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, koefisien determinasi analisis regresi linear berganda serta uji signifikan (uji t dan uji F) dan menggunakan bantuan program aplikasi SPSS 20.0 for Windows

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, maka disimpulkan bahwa Citra Merek (*Brand Image*) tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, dan Desain Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian

Kata Kunci : Citra Merek (*Brand Image*), Kualitas Produk, Desain Produk, dan Keputusan Pembelian

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, karunia, serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **“PENGARUH CITRA MEREK (*BRAND IMAGE*), KUALITAS PRODUK, DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK BATIK MUKTI RAHAYU DI KABUPATEN MAGETAN”** yang disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan studi program sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak akan terlaksana dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, petunjuk, saran serta kritik dari berbagai pihak. Sehubungan dengan itu, dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT atas segala limpahan rahmat, taufiq, hidayah, serta inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tulisan ini
2. Baginda Agung Nabi Muhammad SAW sebagai suri tauladan dalam membimbing hidup ini, rahmat bagi seluruh alam semesta dan pemberi syafaat di hari akhir nanti
3. Keluarga tercinta, Bapak Panggung Widodo (almarhum) dan Ibu Sadilah, kakak saya Desyta Rindi Astuti serta adik saya Danis Muhammad Dzaky yang senantiasa memberikan doa yang tulus, perhatian, kasih sayang sehingga menjadi dorongan dan motivasi bagi penulis untuk selalu berjuang memberikan yang terbaik.

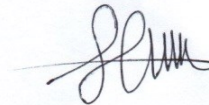
4. Ibu Titi Rapini, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo dan sekaligus dosen wali yang telah memberikan bimbingan dan motivasi kepada penulis selama belajar di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
5. Ibu Dra. Umi Farida, MM selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo
6. Bapak Hadi Sumarsono, SE, MM selaku Dosen Pembimbing I, dan Bapak Adi Santoso, SE, MM selaku Dosen Pembimbing II yang meluangkan waktu serta kesabaran dalam memberikan pengarahan kepada penulis
7. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama penulis menimba ilmu dalam perkuliahan
8. Segenap staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Universitas Muhammadiyah Ponorogo pada umumnya, terimakasih atas segala pelayanan serta bantuannya selama penulis menjadi mahasiswa ataupun dalam proses penyusunan skripsi.
9. Teman-teman seperjuangan Manajemen Prosus dan Manajemen G, Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo periode 2014, terimakasih banyak telah menjadi partner sekaligus sahabat bagi saya selama 4 tahun ini, semoga keselamatan dan kesuksesan yang besar menyertai kita semua.
10. KUBE (Kelompok Usaha Bersama) Mukti Rahayu Kabupaten Magetan yang telah memberikan izin penelitian dan sekaligus banyak membantu dalam kegiatan penelitian
11. Kepada pihak-pihak lain yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, yang telah menghantarkan saya dalam proses pendewasaan diri, memberikan bekal ilmu, pengalaman, serta kebijaksanaan

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan banyak kelemahan. Dengan segala kerendahan hati penulis berharap semoga segala kekurangan yang ada pada skripsi ini dapat dijadikan bahan pembelajaran untuk penelitian yang lebih baik dimasa mendatang, dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan bagi pembaca pada umumnya. Terimakasih..

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Ponorogo, 19 Februari 2019

Penulis



Dwi Agung Wicaksono

## **PERSEMBAHAN**

*Skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orangtua saya*

*Ayah (Almarhum) dan Ibu..*

*Atas dorongan semangat yang luar biasa,*

*Dengan segala do'a yang tidak pernah kering,*

*Dan juga segenap upaya yang telah dicurahkan untukku*

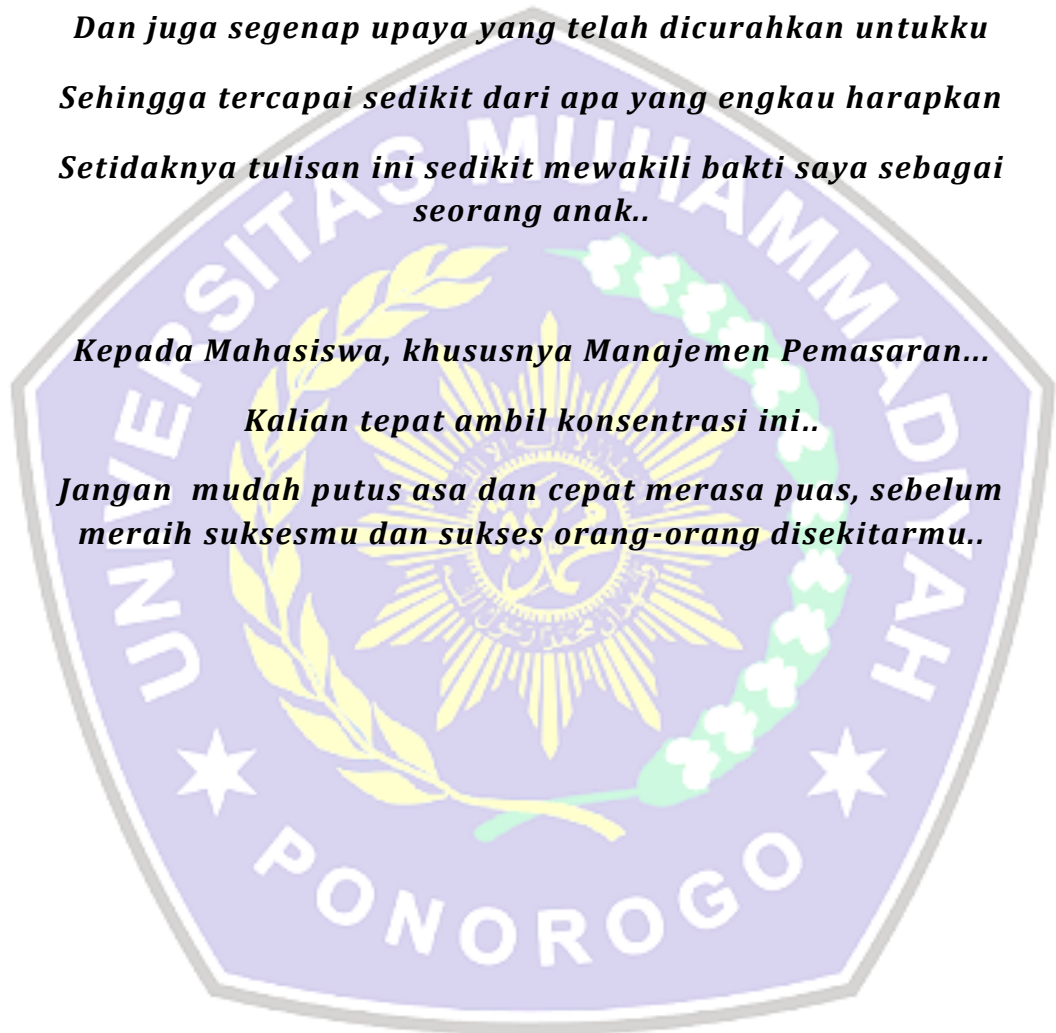
*Sehingga tercapai sedikit dari apa yang engkau harapkan*

*Setidaknya tulisan ini sedikit mewakili bakti saya sebagai  
seorang anak..*

*Kepada Mahasiswa, khususnya Manajemen Pemasaran...*

*Kalian tepat ambil konsentrasi ini..*

*Jangan mudah putus asa dan cepat merasa puas, sebelum  
meraih suksesmu dan sukses orang-orang disekitarmu..*



MOTTO

*"Kualitas bunga mawar bukan ditentukan oleh pemilik kebun,  
Juga bukan kata orang-orang,  
Tetapi oleh semerbak harum aromanya"  
(Abdul Qodir Jaelani)*





## PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR

### KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah 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 disuatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang sepengetahuan 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 sebutkan dalam daftar pustaka

Ponorogo, 19 Februari 2019



Yang membuat pernyataan,

Dwi Agung Wicaksono

NIM : 14413608

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
RINGKASAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
PERSEMBAHAN.....	vii
MOTTO .....	viii
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN ...	ix
DAFTAR ISI.....	x
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	7
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Pengerian Pemasaran.....	9
2.1.2 Proses Pemasaran .....	9
2.1.3 Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) .....	11
2.1.4 Citra Merek ( <i>Brand Image</i> ).....	15
2.1.5 Kualitas Produk.....	20
2.1.6 Desain Produk .....	23

2.1.7	Perilaku Konsumen .....	25
2.1.8	Keputusan Pembelian .....	26
2.2	Penelitian Terdahulu .....	29
2.3	Kerangka Pemikir Teoritis .....	30
2.4	Hubungan Antar Variabel dan Hipotesis .....	31
2.4.1	Hubungan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	31
2.4.2	Hubungan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	32
2.4.3	Hubungan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	33
2.4.4	Hipotesis .....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>34</b>
3.1	Ruang Lingkup Penelitian .....	34
3.2	Populasi dan Sampel Penelitian .....	34
3.2.1	Populasi .....	34
3.2.2	Sampel .....	35
3.3	Tehnik Pengambilan Sampel .....	35
3.4	Jenis dan Sumber Data .....	36
3.4.1	Jenis Data .....	36
3.4.2	Sumber data .....	36
3.5	Metode Pengambilan Data .....	37
3.6	Definisi Operasional Variabel .....	38

3.7	Metode Analisis Data .....	40
3.7.1	Uji Instrumen.....	40
3.7.2	Alat Analisis.....	43
3.7.3	Pengujian Hipotesis.....	44
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>47</b>
4.1	Profil Penelitian.....	47
4.2	Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	49
4.2.1	Deskripsi Profil Responden.....	49
4.2.2	Deskripsi Jenis Kelamin.....	50
4.2.3	Deskripsi Umur.....	50
4.2.4	Deskripsi Pendidikan.....	51
4.2.5	Deskripsi Pekerjaan.....	52
4.2.6	Deskripsi Domisili.....	53
4.2.7	Deskripsi Jumlah Pembelian Produk.....	53
4.3	Uji Instrumen.....	63
4.4	Analisis Data .....	66
4.4.1	Analisis Regresi Linear Berganda.....	66
4.4.2	Koefisien Determinasi.....	68
4.5	Pengujian Hipotesis.....	69
4.5.1	Uji t (parsial) .....	69
4.5.2	Uji F (serempak).....	71
4.6	Pembahasan .....	73
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>77</b>

5.1 Kesimpulan .....	77
5.2 Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA.....	80
LAMPIRAN .....	83



## DAFTAR TABEL

3.1	Definisi Operasional Variabel.....	38
4.1	Deskripsi Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
4.2	Deskripsi Berdasarkan Umur .....	50
4.3	Deskripsi Berdasarkan Pendidikan.....	51
4.4	Deskripsi Berdasarkan Pekerjaan.....	52
4.5	Deskripsi Berdasarkan Domisili.....	53
4.6	Deskripsi Berdasarkan Jumlah Pembelian .....	53
4.7	Citra Merek ( <i>Brand Image</i> ).....	55
4.8	Kualitas Produk.....	56
4.9	Desain Produk.....	58
4.10	Keputusan Pembelian .....	61
4.11	Nilai rata-rata variabel penelitian.....	62
4.12	Uji Validitas .....	64
4.13	Uji Reliabilitas.....	66
4.14	Output Regresi Linear Berganda.....	67
4.15	Koefisien Determinasi.....	68
4.16	Output Uji t.....	70
4.17	Output Uji F .....	72

## DAFTAR GAMBAR

2.1	Gambar Kerangka Berfikir .....	31
4.1	Struktur Organisasi KUBE Mukti rahayu .....	48



## DAFTAR LAMPIRAN

1	Wawancara .....	84
2	Hasil Wawancara.....	85
3	Lembar Kuesioner .....	87
4	Data Penelitian .....	91
5	Identitas Responden .....	93
6	Hasil Uji Validitas.....	95
7	Hasil Uji Reliabilitas .....	98
8	Hasil Analisis Data.....	99
9	Dokumentasi .....	101

