

**PENGARUH DESAIN PRODUK, KEMASAN, DAN *WORD OF MOUTH*
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA HOME INDUSTRY
VIEBEEESHOP DESA TEGALOMBO KECAMATAN KAUMAN
KABUPATEN PONOROGO**



SKRIPSI

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

Nama : MUHAMMAD ASRORIL MUNIR
NIM : 17414430
Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2022

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Desain Produk, Kemasan, dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Home Industry Viebeeshop Desa Tegalombo Kecamatan Kauman Kabupaten Ponorogo

Nama : Muhammad Asroril Munir

NIM : 17414430

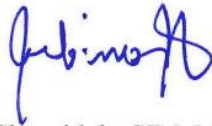
Tempat, Tanggal Lahir : Ponorogo, 05 September 1998

Program Studi : Manajemen

Isi dan format sudah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan guna Memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Ponorogo, 19 Juli 2022

Pembimbing I



(Siti Chamidah, SE.M.Si)
NIDN. 0019057101

Pembimbing II



(Edi Santoso, SE.M.M)
NIDN.0711037401

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi

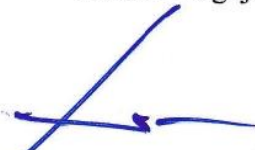


Dr. Hadi Sumarsosno, SE., M.Si.
NIDN. 19760508200501 1 002

Dosen Penguji:



(Siti Chamidah, SE.M.Si)
NIDN.0019057101



(Dr. Hadi Sumarsosno, SE., M.Si.)
NIDN.0008057601



(Eka Destriyanto P.S.AB.,MM)
NIDN. 0711128404

**Pengaruh Desain Produk, Kemasan, Dan *Word Of Mouth* Terhadap Minat Beli
Konsumen Pada Home Industry Viebeeshop Desa Tegalombo Kecamatan
Kauman Kabupaten Ponorogo**

Muhammad Asroril Munir

Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

RINGKASAN

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Pengaruh Desain Produk, Kemasan, Dan *Word Of Mouth* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Home Industry Viebeeshop. Metode yang digunakan peneliti pada penelitian ini adalah metode Kuantitatif. Data dari penelitian ini didapatkan dari penyebaran kuesioner yang disebarakan kepada responden. Analisis menggunakan *software* SPSS 25. Populasi pada penelitian ini adalah semua pembeli dan konsumen produk Home Industry Viebeeshop yang pernah melakukan pembelian secara online atau offline. Sampel pada penelitian ini berjumlah 93 responden dengan menggunakan metode *non probability sampling* dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Alat analisis data yang digunakan adalah Analisis Regresi Linear Berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan 1) Desain Produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen, 2) Kemasan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen, 3) *Word Of Mouth* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen, 4) Desain Produk, Kemasan, dan *Word of Mouth* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Melalui perhitungan menggunakan SPSS 25.00 diperoleh nilai signifikan variabel Desain produk sebesar $0.002 < 0.05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $3.185 > 1.987$, nilai signifikan kemasan sebesar $0.000 < 0.05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $4.045 > 1.987$, serta nilai signifikan *word of mouth* sebesar $0.005 < 0.05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $2.880 > 1.987$. Maka semua variabel bebas mempengaruhi variabel terikat.

Kata Kunci : Desain produk, Kemasan, *Word Of Mouth*, Minat Beli

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT, Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang, yang telah memberikan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi tepat pada waktunya dan dengan baik dengan judul “ Pengaruh Desain Produk, Kemasan, dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Home Industry Viebeeshop Desa Tegalombo Kecamatan Kauman Kabupaten Ponorogo, sebagai syarat menyelesaikan program sarjana (S1), pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Shalawat serta salam turunkan kepada Nabi Muhammad SAW, nabi akhir zaman, yang telah membimbing umatnya menuju jalan kebenaran.

Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan terimakasih atas bantuan, bimbingan, dukungan, semangat serta do'a baik langsung maupun tidak langsung dalam menyelesaikan skripsi ini, kepada :

1. Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo
2. Dr. Hadi Sumarsono, SE.,MM, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo
3. Naning Kristiyana, SE.MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo
4. Siti Chamidah, SE.,M.Si, selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan saran serta pengarahan kepada penulis selama proses penulisan skripsi.
5. Edi Santoso,SE.M.M, selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan saran serta pengarahan kepada penulis selama proses penulisan skripsi.

6. Seluruh jajaran Dosen dan Staf Fakultas Ekonomi, yang telah memberikan ilmu pendidikannya kepada penulis dalam menempuh pendidikan.

Penulis mohon maaf apabila ada kesalahan yang disengaja maupun tidak disengaja. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan guna untuk mendorong penelitian selanjutnya.

Ponorogo, 19 Juli 2022



PERNYATAAN TIDAK MENYIMPANG

KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertandatangan 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 pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 19 Juli 2022



Muhammad Asroril Munir
NIM. 17414605

MOTTO

“Lepaskan segala sesuatu yang membuatmu setres dan sedih”.

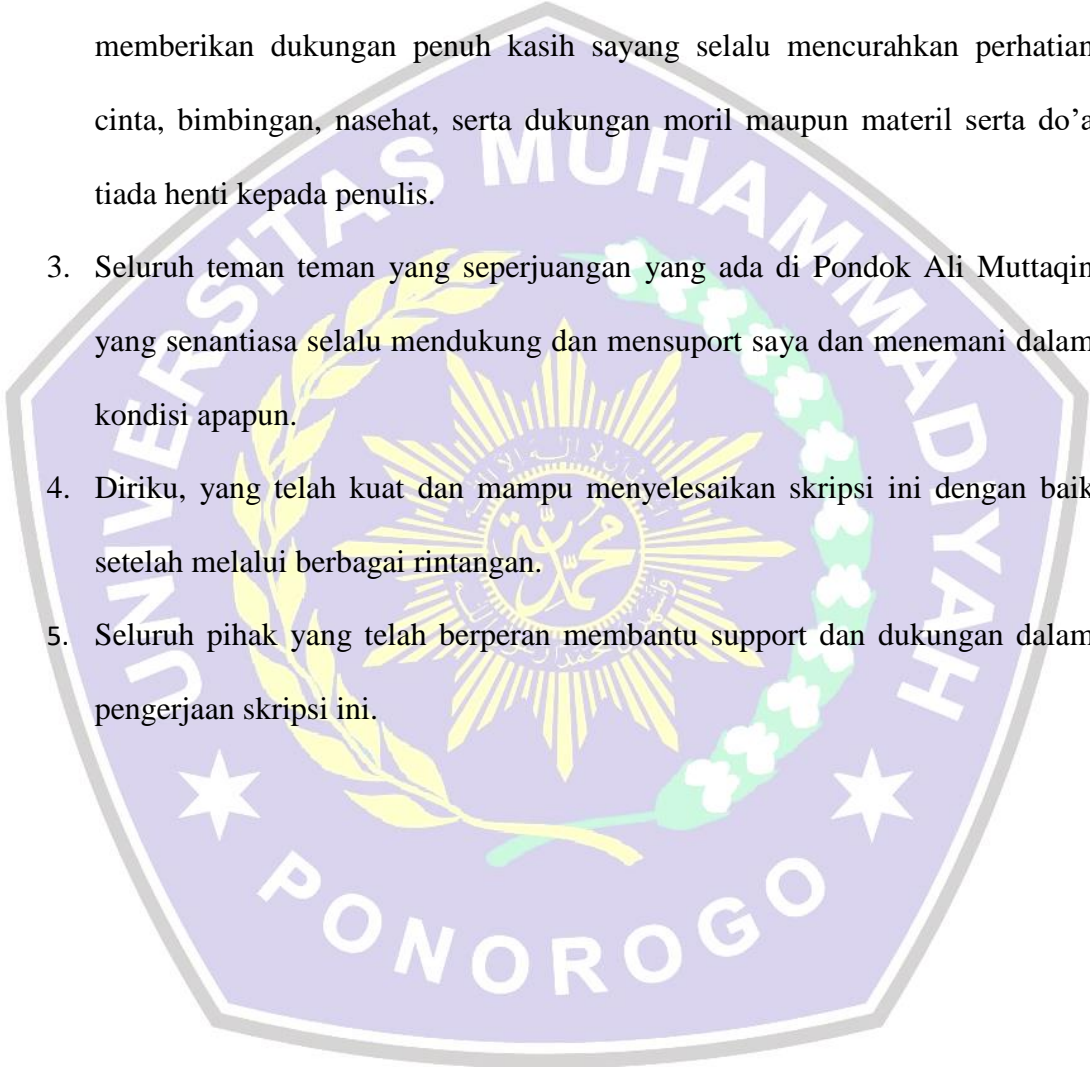
- Ali bin Abi Thalib -



PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Allah SWT, yang tak terhitung nikmat dan ridho-Nya senantiasa memberikan saya kekuatan dan jalan untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Kedua orang tua dan keluarga besar saya yang saya cintai dengan ikhlas memberikan dukungan penuh kasih sayang selalu mencurahkan perhatian cinta, bimbingan, nasehat, serta dukungan moril maupun materil serta do'a tiada henti kepada penulis.
3. Seluruh teman-teman yang seperjuangan yang ada di Pondok Ali Muttaqin yang senantiasa selalu mendukung dan mensupport saya dan menemani dalam kondisi apapun.
4. Diriku, yang telah kuat dan mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik setelah melalui berbagai rintangan.
5. Seluruh pihak yang telah berperan membantu support dan dukungan dalam pengerjaan skripsi ini.



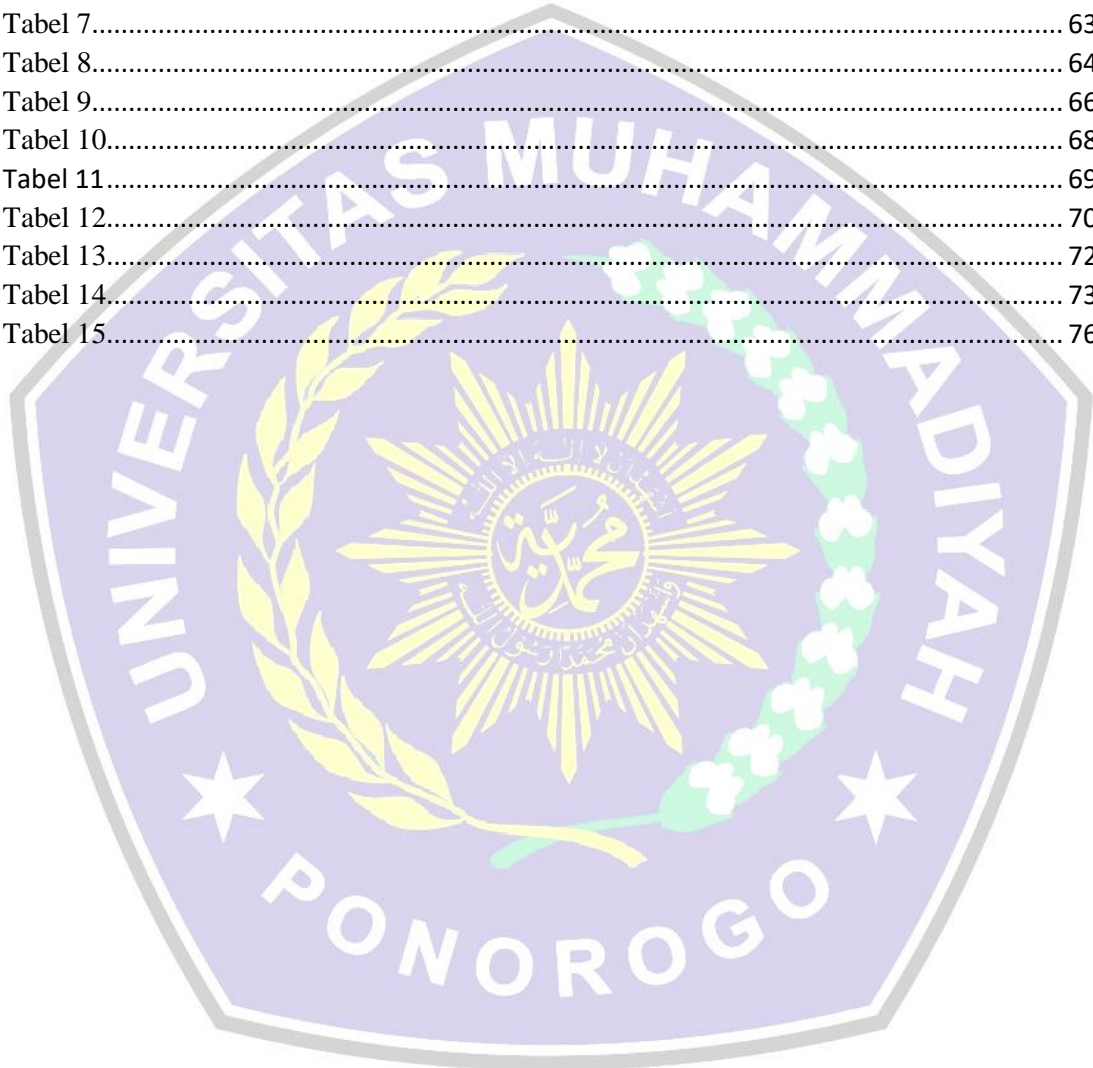
DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| COVER..... | i |
| LEMBAR PENGESAHAN | ii |
| RINGKASAN | iii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| PERNYATAAN TIDAK MENYIMPANG KODE ETIK PENELITIAN..... | vi |
| MOTTO | vii |
| PERSEMBAHAN..... | viii |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR TABEL..... | xi |
| DAFTAR GAMBAR..... | xii |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Rumusan Masalah..... | 7 |
| C. Tujuan Penelitian | 7 |
| D. Manfaat Penelitian | 8 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 10 |
| A. Landasan Teori | 10 |
| 1. Pemasaran dan Manajemen Pemasaran | 10 |
| 2. Bauran Pemasaran | 12 |
| 3. Bauran Promosi (Promotional Mix)..... | 15 |
| 4. Perilaku Konsumen | 20 |
| 5. Desain Produk | 25 |
| 6. Kemasan..... | 29 |
| 7. Word of mouth | 31 |
| 8. Minat Beli..... | 33 |
| B. Peneliti Terdahulu..... | 36 |
| C. Kerangka Berpikir..... | 39 |
| D. Hipotesis | 39 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 44 |
| A. Ruang Lingkup Penelitian | 44 |
| B. Populasi dan Sampel..... | 44 |

| | |
|---|----|
| 1. Populasi..... | 44 |
| 2. Sampel..... | 44 |
| C. Metode Pengambilan Data..... | 46 |
| 1. Sumber Data..... | 46 |
| 2. Teknik Pengambilan Data..... | 46 |
| D. Definisi Operasional Variabel..... | 48 |
| 1. Variabel Independen (X)..... | 48 |
| 2. Variabel Dependen (Y)..... | 50 |
| E. Metode Analisis Data..... | 50 |
| 1. Uji Instrumen..... | 50 |
| 2. Alat Analisis Data..... | 53 |
| 3. Uji Hipotesis..... | 54 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN..... | 57 |
| A. Hasil Penelitian..... | 57 |
| 1. Gambaran Objek Penelitian..... | 57 |
| 2. Visi dan Misi Perusahaan..... | 58 |
| 3. Karakteristik Responden..... | 59 |
| 4. Deskripsi Variabel Penelitian..... | 61 |
| 5. Uji Instrumen..... | 67 |
| 6. Alat Analisis Data..... | 69 |
| 7. Uji Hipotesis..... | 72 |
| 1. Pengaruh Desain Produk terhadap Minat Beli..... | 77 |
| 2. Pengaruh Kemasan terhadap Minat Beli..... | 79 |
| 3. Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> terhadap Minat Beli..... | 80 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... | 82 |
| A. Kesimpulan..... | 82 |
| B. Saran..... | 87 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 86 |
| LAMPIRAN..... | 86 |

DAFRAT TABEL

| | |
|---------------|----|
| Tabel 1..... | 25 |
| Tabel 2..... | 36 |
| Tabel 3..... | 47 |
| Tabel 4..... | 59 |
| Tabel 5..... | 60 |
| Tabel 6..... | 62 |
| Tabel 7..... | 63 |
| Tabel 8..... | 64 |
| Tabel 9..... | 66 |
| Tabel 10..... | 68 |
| Tabel 11..... | 69 |
| Tabel 12..... | 70 |
| Tabel 13..... | 72 |
| Tabel 14..... | 73 |
| Tabel 15..... | 76 |



DAFTAR GAMBAR

| | |
|---------------|----|
| Gambar 1..... | 39 |
| Gambar 2..... | 74 |
| Gambar 3..... | 75 |
| Gambar 4..... | 76 |
| Gambar 5..... | 77 |

