PENGARUH DESAIN PRODUK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN ROTI GANYSHA BAKERY PADA OUTLET LAKSANA JAYA KOTA KEDIRI

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna
Memeperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
pada Program Studi Manajemen

Disusun Oleh :

Rio Bimantara Adi Putra

NPM : 12.1.02.02.0394

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
2016

Skripsi oleh:

Rio Bimantara Adi Putra
NPM : 12.1.02.02.0394

Judul:

PENGARUH DESAIN PRODUK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN ROTI GANYSHA BAKERY PADA OUTLET LAKSANA JAYA KOTA KEDIRI

Telah Disetujui Untuk Diajukan Kepada
Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi UN PGRI Kediri

Tanggal : 8 - Agustus - 2016

Dosen Pembimbing I,	Dosen Pembimbing II,
Prof.Dr.Sugiono,S.Pd.,M.M	Dhiyan Septa Wihara, M.M
NIDN. 0014015706	NIDN. 0730098401

ii

Skripsi oleh:

Rio Bimantara Adi Putra

NPM: 12.1.02.02.0394

Judul:

PENGARUH DESAIN PRODUK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN ROTI GANYSHA BAKERY PADA OUTLET LAKSANA JAYA KOTA KEDIRI

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi UN PGRI Kediri

pada tanggal: 8 - Agustus - 2016

dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

1. Ketua Penguji : Prof.Dr.Sugiono,S.Pd.,M.M
2. Penguji I : Dr.Sri Aliami,M.M
3. Penguji II : Dhiyan Septa Wihara, M.M

Mengetahui,

Dekan FE

Dr.Subagyo

NIDN.0717066601

iii

PENGARUH DESAIN PRODUK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN ROTI GANYSHA BAKERY PADA OUTLET LAKSANA JAYA KOTA KEDIRI

Rio Bimantara Adi Putra
12.1.02.02.0394
Fakultas Ekonomi – Prodi Manajemen
Duaputrabungsu@gmail.com
Prof.Dr.Sugiono,S.Pd.,M.M dan Dhiyan Septa Wihara, M.M
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi bahwa dalam menarik minat konsumen perlu adanya strategi dalam menciptakan dan memasarkan produk. Untuk dapat bersaing dengan baik, perusahaan harus mampu menciptakan produk yang memiliki keunggulan atau keunikan dengan produk lain agar dapat menarik minat banyak konsumen. Terlebih lagi dalam era saat ini, banyak sekali faktor – faktor yang harus di perhatikan perusahaan dalam menciptakan produk antara lain faktor desain produk, kualitas produk, dan harga agar perusahaan dapat berkembang dengan baik.

Permasalahan Permasalahan penelitian ini adalah (1) Adakah pengaruh desain produk, kualitas produk, dan harga terhadap minat beli konsumen roti ganysha bakery pada outlet laksana jaya Kota Kediri ? (2) Adakah pengaruh desain produk, kualitas produk, dan harga terhadap minat beli konsumen roti ganysha bakery pada outlet Laksana Jaya Kota Kediri ?.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik penelitian deskriptif. Sampel yang yang digunakan dalam penelitian ini meliputi 43 responden yang menjadi konsumen roti ganysah bakery pada outlet laksana jaya kota kediri. Dengan metode pengumpulan data pembagian kuesioner, wawancara, dan observasi dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan software *SPSS for windows versi 20*.

Kesimpulan hasil penelitian ini adalah (1) desain produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen roti ganysha bakery pada outlet laksana jaya kota kediri, (2) kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen roti ganysha bakery pada outlet laksana jaya kota kediri, (3) harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen roti ganysha bakery pada outlet laksana jaya kota kediri. (4) desain produk, kualitas produk, dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen roti ganysha bakery pada outlet laksana jaya kota kediri.

Kata Kunci: Desain Produk, Kualitas Produk, Harga, Minat Beli Konsumen

I. LATAR BELAKANG

Produk adalah salah satu faktor yang penting sebagai penentu keberhasilan dalam suatu perusahaan. Oleh karena itu setiap perusahaan harus di tuntut untuk selalu memberikan produk yang sesuai dengan minat konsumen yang berubah – ubah sesuai dengan model yang populer atau yang banyak di minati konsumen dari tahun ke tahun. Produk yang menarik dan memiliki kualitas yang baik akan menjadi daya saing yang tinggi dan tingkat di terimanya oleh masyarakat juga tinggi (Eddy Herjanto, 2003).

Produk yang tidak memenuhi persyaratan akan mengalami kesulitan dalam bersaing dengan perusahaan produk sejenis di dalam negeri, apalagi di dalam menembus pasar ekspor. Memang cukup sulit untuk mengikuti keinginan atau minat konsumen. Tetapi mengingat konsumen adalah asset utama perusahaan dan tingkat konsumsi konsumen serta pelangganlah yang menentukan umur dari perusahaan itu sendiri. Agar tujuan perusahaan bisa tercapai, perusahaan harus lebih bersifat fleksibel dalam mengikuti keinginan atau minat yang sesuai dengan gaya hidup masyarakat yang sekarang. Selain itu perusahaan harus mampu menempatkan produk yang tepat sesuai dengan spesifikasi pelanggan.

Terlebih lagi dalam era saat ini, persaingan dalam dunia usaha lebih ketat. Setiap perusahaan harus mampu dan berlomba untuk memikat hati para konsumen agar perusahaannya tetap mampu berjalan dan berkembang dengan baik. Menyangkut dengan permasalahan yang seperti itu, perusahaan harus mampu menyusun strategi untuk dapat mempengaruhi pembelian. Ada begitu banyak strategi yang di dapat lakukan perusahaan untuk membuat usahanya maju dan berkembang. Dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan, memperbaiki internal perusahaan, memperluas jangkauan pemasaran, dan lain – lain. Selain itu salah satu hal yang paling penting, yang harus di perhatikan perusahaan dalam membuat usahanya maju dan berkembang yaitu dengan cara menciptakan atau membuat suatu produk yang mampu menarik minat banyak konsumen. Adapun faktor – faktor suatu produk yang mampu mempengaruhi minat beli konsumen. Seperti faktor desain produk, kualitas produk, dan harga.

Desain produk merupakan hal yang juga penting bagi kelangsungan hidup dari sebagian besar perusahaan. Seperti yang di kemukakan oleh W.j Stanton (1981 : 192) dalam Dr.Buchori bahwa "desain produk adalah seperangkat atribut baik berwujud maupun tidak berwujud yang di terima pembeli guna memuaskan keinginan/minat pelanggan". Dan yang sebelumnya dibahas di atas, minat konsumen yang bersifat "*continue*" atau berubah cepat maka kegiatan dalam mendesain produk ini cukup vital bagi perusahaan. Karena mau tidak mau perusahaan harus mampu mendesain dan menghasilkan produk yang selalu baru untuk menarik minat konsumen. Dalam setiap kebutuhan, konsumen akan melihat obyek-obyek yang melekat didalam sebuah produk, sebab setiap produk tentunya memiliki karakteristik atau ciri khas yang membedakan dengan produk satu dengan sama lainnya. Karakteristik produk misalnya dilihat dari bentuk kemasan, warna kemasan / produk, variasi dalam mendesain dan lain – lain yang mampu di jadikan keunggulan atau kelebihan produk sebagai daya tarik untuk menarik minat konsumen. Oleh karena itu setiap perusahaan harus mampu menghasilkan produk yang memiliki karakteristik berbeda dengan produk perusahaan lainnya dalam produk sejenis maupun tidak sejenis. Secara umum produk yang di hasilkan perusahaan harus mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen.

Oleh karena itu, agar dapat mempertahankan diri dalam dunia persaingan secara jangka panjang maka desain produk juga merupakan konsep penting yang harus dipahami dan di perhatikan secara serius oleh perusahaan dalam menjalankan usahanya. Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang di lakukan Pramono (2012).

Disamping dalam mendesain produk, faktor yang juga penting dan perlu di perhatikan dalam menarik minat konsumen adalah kualitas produk. Kualitas produk yang bagus dan layak bagi konsumen akan menjadi tolak ukur konsumen dalam membeli barang. Kualitas barang yang baik sebelumnya juga melewati dari berbagai tahap penyeleksian. Produk yang gagal atau yang memiliki cacat tidak akan di pasarkan oleh perusahaan. Kualitas produk yang bagus akan meningkatkan minat banyak konsumen. Agar citra

perusahaan tetap baik di mata konsumen. Perusahaan harus selalu memberikan produk yang terjamin kualitasnya untuk konsumen. Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang di lakukan Zoar (2008), Dewa (2009).

Selain faktor desain dan kualitas produk, harga juga merupakan faktor yang sangat penting untuk dapat menarik minat beli konsumen. Penetapan harga yang tepat perlu mendapat perhatian yang besar dari perusahaan. Pada hakekatnya harga ditentukan oleh biaya produk. Jika harga yang ditetapkan tepat sesuai dengan daya beli konsumen maka konsumen akan melakukan pembelian pada produk tersebut. Sebuah perusahaan harus membenahi dalam pemberian harga produk agar tidak salah dalam penetapan harga. Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang di lakukan Zoar (2008), Dewa (2009), dan Pramono (2012)

Pabrik roti "GANYSHA" adalah merupakan salah satu pabrik roti yang cukup berkembang di wilayah Kediri, pabrik ini memproduksi berbagai macam roti. Roti yang di produksi adalah roti kering. Roti yang di produksi juga bervariatif macam, kemasan dan harganya. Roti memang cukup memiliki peluang besar dalam dunia perdagangan. Karena memang keberadaannya sangat di butuhkan tentunya dalam dunia kuliner. Tetapi yang menjadi permasalahannya perusahaan yang memproduksi produk roti tidak hanya perusahaan tersebut saja. Tentunya dalam dunia persaingan perusahaan harus mampu menciptakan produk yang tampil beda dan memiliki produk yang berkualitas dari produk perusahaan lainnya meskipun jenis produk yang dihasilkan sama. Semua produk dibuat atau diciptakan juga karena disesuaikan dengan kebutuhan konsumen.

Namun dalam dunia persaingan, perusahaan ini kurang menyadari atau kurang mempedulikan pentingnya desain produk bagi konsumen, atau bisa dikatakan perusahaan kurang update dalam menciptakan produk. Yang menjadi permasalahannya pabrik roti Ganysha Bakery ini dalam mendesain produk kurang kreatif dan kurang adanya inovasi. Dan minimnya kesadaran di pabrik roti Ganysha Bakery dalam mendesain kemasan produk, perusahaan ini hanya menggunakan mika atau produk kemasan plastik biasa.

Padahal seperti yang kita tahu minat konsumen yang sekarang tertarik pada produk yang unik dan menarik. Namun perkembangan desain produk yang seperti itu tidak di terapkan dalam perusahaan ini. Sehingga produk – produk yang di hasilkan perusahaan ini kurang maksimal laku di pasaran, dan membuat perusahaan tidak mendapat keuntungan yang maksimal juga.

Dalam kaitannya dengan minat beli konsumen, hal tersebut tentunya harus segera dibenahi agar produk perusahaan banyak diminati dan pendapatan perusahaan meningkat. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah desain produk, kualitas produk dan harga mempunyai pengaruh terhadap minat beli konsumen. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan dalam memberikan motivasi atau ide sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai. Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dapat diajukan sebuah penelitian dengan judul **" Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen Roti Ganysha Bakery pada Outlet Laksana Jaya Kota Kediri "**

II. METODE PENELITIAN

A. Teknik dan Pendekatan Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Supaya data yang telah dikumpulkan dapat bermanfaat, maka data harus diolah dan dianalisis sehingga dapat digunakan untuk pedoman, dan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan. Untuk menganalisis minat beli konsumen terhadap penggunaan produk atau dalam mengkonsumsi produk roti Ganysha Bakery, maka dipergunakan analisis data, dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif merupakan analisis yang digunakan terhadap data yang berwujud angka – angka

dan cara pembahasannya dengan uji statistik.

2. **Teknik Penelitian**

Teknik penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa atau kejadian yang terjadi sekarang dengan cara mendeskripsikan atau menjelaskan sejauh mana variabel desain produk, kualitas produk dan harga mempengaruhi variabel minat beli konsumen.

A. Tempat dan Waktu Penelitian

1. **Tempat Penelitian**

Penelitian dilaksanakan di Pabrik Roti Ganysha Bakery, Dsn.Jambean RT/RW 001/001, Ds.Seketi, Kec.Ngadiluwih, Kabupaten Kediri. Pemilihan perusahaan ini sebagai objek penelitian dengan alasan sesuai dengan masalah penelitian.

2. **Waktu Penelitian**

Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Mei – Juli 2016. Atau sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan.

B. Populasi dan Sampel

1. **Populasi**

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen roti ganysha bakery yang membeli pada outlet Laksana Jaya di wilayah Kota Kediri.

2. **Sampel**

Teknik menentukan sampel dengan cara *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* adalah teknik cara menentukan sample di dasarkan atas karakteristik tertentu (Arikunto 2014 : 183). Laksana Jaya di tentukan sebagai tempat pengambilan sample dikarenakan laksana jaya adalah outlet yang terbesar dari target pemasaran ganysha bakery yang ada di wilayah kota kediri. Dan pengambilan sample dilakukan dengan cara *accidental sampling*. *Accidental sampling* adalah pengambilan sample yang menyatakan bahwa siapapun yang bertemu peneliti pada saat pengambilan data di lokasi penelitian dapat di jadikan sample. Peneliti mengambil data pada tanggal 21 Mei – 20 Juni 2016. Berdasarkan pengambilan

data yang dilakukan peneliti di peroleh 43 responden.

III. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya mengenai pengaruh desain produk, kualitas produk dan harga terhadap minat beli roti Ganysha Bakery pada outlet Laksana Jaya Kota Kediri tahun 2016 dapat di simpulkan sebagai berikut:

1. Desain produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen roti Ganysha Bakery pada outlet Laksana Jaya Kota Kediri.
2. Kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen roti Ganysha Bakery pada outlet Laksana Jaya Kota Kediri.
3. Harga produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen roti Ganysha Bakery pada outlet Laksana Jaya Kota Kediri.
4. Desain produk, kualitas produk, dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen roti Ganysha Bakery pada outlet Laksana Jaya Kota Kediri.

IV. DAFTAR PUSTAKA

Adi Saputro. 2010. *Pemasaran* . Jakarta: PT Rineka Cipta.

Ade Bied Zoar. 2008. *Pengaruh Iklan, Kualitas Produk dan Harga Oli Top One Terhadap Minat Pembelian*. Yogyakarta : Universitas Sanat Dharma. http://journal.usm.ac.adelibsUSM_873348PDF-17.pdf akses18 April 2016

Anggipura. 2002. *Dasar- Dasar Pemasaran.edisi 2*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Edisi Revisi V*. Jakarta: PT.Rineka Cipta

_____ . 2014. *Prosedur Penelitian Cetakan 15*. Jakarta: PT.Rineka Cipta

Djawarnto. 1989. *Statistik Induktif*. PBFE : Yogyakarta

Eddy Herjanto. 2001.*Manajemen Operasi Edisi 3*. Jakarta: Grasindo.

_____ .2003. Manaajemen *Operasi dan Produksi Edisi 3*. Jakarta: Grasindo.

Fandy Tjiptono. 2008 . *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: andi.Edisi kedua

Ghozali. 2004. *Aplikasi Analisis Multivariate dalam Program SPSS*. Semarang: Bagian Penerbitan Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.

_____ .2006. *Analisis Multivariate dengan Program SPSS* . Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gujarati. 1996.*Ekonometrika Dasar*. Jakarta: Airlangga.

Kotler, Philip. 1996. *Manajemen Pemasaran* , Jilid 1. Jakarta: Bumi aksara.

_____ . 2002. *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: PT.Indeks

_____ .2011. *"Manajemen Pemasaran "*. Jakarta: Indeks.

Kotler dan Keller. 2009 . *Manajemen Pemasaran* . Jakarta : Erlangga.

_____ . 2012. *Manajemen Pemasaran Modern. Jilid 3*. Jakarta: Erlangga.

Kotler dan Amstrong. 2004. *Prinsip – prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga

Tri Sugeng Rahayu. 2015. *Pengaruh Harga, Desain Produk dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian.* Semarang : Universitas DiponegoroSemarang.http://eprints.undip.ac.id53276TriSugengRahayu.pdf akses 18 April 2016

Rian Pramono. 2012. *Analisis Pengaruh Harga kompetitif, Desain Produk, dan Layanan Terhadap Minat Beli Konsumen Sepeda Motor Yamaha.*Semarang : Universitas Diponegoro Semarang. http://eprints.undip.ac.id33576Rian_Pramono.pdf akses 18 April 2016

Sugiyono. 2004. *Metedologi Penelitian Administrasi*. Bandung : Alfabeta.

Sugiyono. 2005. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: ALFABETA.

_____ .2008. Metode *Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

_____ . 2009. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.

_____ . 2011. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta

Supranto.1994.*Metode Ramalan Kuantitatif*. Jakarta : Rineka Cipta.

Stanton. 2010. *Prinsip Pemasaran Jilid* . Jakarta : Erlangga

Yamit. 2010. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta : PT.Gramnedia Pustaka.