

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
KATA PENGANTAR.....	ii
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Identifikasi Masalah	10
1.3. Batasan Masalah.....	10
1.4. Rumusan Masalah	11
1.5. Maksud dan Tujuan Penelitian	11
1.6.1. Manfaat Teoritis.....	12
1.6.2. Manfaat Praktis.....	13
1.7. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	14
1.7.1. Tempat Penelitian	14
1.7.2. Waktu Penelitian.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Teori dan Konsep	16
2.1.1. Manajemen	16

2.1.2.	Manajemen Pemasaran	19
2.1.3.	Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	19
2.1.4.	Desain Produk.....	21
2.1.4.1.	Pengertian Desain Produk	21
2.1.4.2.	Faktor yang Mempengaruhi Desain Produk.....	22
2.1.4.3.	Tujuan Desain Produk	25
2.1.4.4.	Dimensi Desain Produk.....	26
2.1.5.	Kualitas Produk	27
2.1.5.1.	Pengertian Kualitas Produk	27
2.1.5.2.	Dimensi Kualitas Produk.....	29
2.1.5.3.	Mengukur Kualitas Produk.....	32
2.1.6.	Keputusan Pembelian	33
2.1.6.1.	Pengertian Keputusan Pembelian	33
2.1.6.2.	Tahap-tahap Keputusan Pembelian	33
2.1.6.3.	Dimensi Keputusan Pembelian.....	34
2.2.	Tinjauan Penelitian Sebelumnya	35
2.3.	Kerangka Pemikiran	38
2.4.	Paradigma Penelitian	40
2.5.	Hipotesis Penelitian	40

BAB III METODE PENELITIAN

3.1.	Desain Penelitian	42
3.1.1.	Jenis Penelitian	42
3.1.2.	Objek Penelitian.....	44

3.2.	Operasionalisasi Variabel Penelitian	45
3.2.1.	Variabel Bebas (<i>Independent</i>)	45
3.2.2.	Variabel Terikat (<i>Dependent</i>)	46
3.3.	Populasi dan Sampel Penelitian.....	48
3.3.1	Populasi	48
3.3.2	Sampel	49
3.4.	Teknik Pengumpulan Data	50
3.4.1.	Jenis Data.....	50
3.4.1.1.	Data Kualitatif	50
3.4.1.2.	Data Kuantitatif	50
3.4.2.	Sumber Data	51
3.4.2.1.	Data Primer.....	51
3.4.2.2.	Data Sekunder	51
3.4.3.	Teknik Pengumpulan Data	51
3.4.4.	Skala Pengukuran	53
3.4.5.	Instrumen Penelitian	53
3.4.5.1.	Uji Validitas.....	53
3.4.5.2.	Uji Reliabilitas.....	55
3.5.	Teknik Analisis Data	55
3.5.1.	Analisis Statistik Deskriptif.....	56
3.5.2.	Teknik Penentuan Skor.....	56
3.5.3.	MSI (<i>Method of Succesive Interval</i>).....	57
3.5.4.	Uji Asumsi Klasik	58

3.5.4.1. Uji Normalitas	58
3.5.4.2. Uji Multikolinearitas	58
3.5.4.3. Uji Heteroskedastisitas	59
3.5.5. Analisis Regresi Berganda.....	59
3.5.6. Uji Korelasi.....	60
3.5.7. Uji <i>Goodness of Fit</i> (Koefisien Determinasi).....	61
3.5.8. Hipotesis Pengujian	61
3.5.8.1. Uji t (Parsial)	62
3.5.8.2. Uji F (Simultan).....	63

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Pembahasan.....	65
4.1.1 Karakteristik Umum Responden.....	65
4.1.2 Pengujian Kualitas Instrumen Penelitian.....	67
4.1.3.1 Uji Validitas.....	67
4.1.3.1 Uji Reliabilitas	69
4.1.3 Hasil Penelitian Deskriptif.....	70
4.1.3.1 Tanggapan Responden Mengenai Desain produk pada Produk Sepatu Raitalexander Shoes	71
4.1.3.2 Tanggapan Responden Mengenai Kualitas produk pada Produk Sepatu Raitalexander Shoes	81
4.1.3.3 Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian pada Produk Sepatu Raitalexander Shoes.....	91
4.1.4 Hasil Penelitian Verifikatif.....	104

4.1.4.1	Mentransformasi Data Ordinal ke Interval (MSI)	104
4.1.4.2	Uji Asumsi Klasik	105
4.1.4.3	Analisis Regresi Linear Berganda	109
4.1.4.4	Analisis Uji Korelasi	111
4.1.4.5	Analisis Koefisien Determinasi (KD).....	112
4.2	Pembahasan	117
4.2.1	Tanggapan Konsumen mengenai Desain Produk, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian pada Produk Sepatu Raitalexander <i>Shoes</i>	117
4.2.2	Pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian pada produk sepatu Raitalexander <i>Shoes</i>	119
4.2.3	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	120
4.2.4	Pengaruh Desain produk dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	122
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan.....	124
5.2	Saran	126
DAFTAR PUSTAKA		128
LAMPIRAN-LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

1.1 Kontribusi Subsektor Industri Kreatif.....	2
1.2 Jenis Kategori Industri Fashion.....	3
1.3 Data Penjualan Raitalexander Shoes Per-tahun.....	6
1.4 Hasil Pra Survey pada produk sepatu Raitalexander Shoes.....	7
1.5 Hasil yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	9
1.6 Waktu Penelitian.....	15
2.1 Penelitian Terdahulu terkait dengan Pengaruh Desain Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	36
3.1 Operasionalisasi Variabel.....	46
3.2 Skor Kuesioner.....	56
3.3 Taksiran Besarnya Koefisien Korelasi.....	60
4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....	66
4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	66
4.3 Uji Validitas Variabel X_1	68
4.4 Uji Validitas Variabel X_1	68
4.5 Uji Validitas Variabel Y.....	69
4.6 Hasil Uji Reliabilitas.....	70
4.7 Skala Nilai Perhitungan Jawaban	70
4.8 Skala Interval.....	71
4.9 Tanggapan Responden Mengenai Produk Sepatu Raitalexander <i>Shoes</i> memberikan manfaat yang sangat baik.....	72

4.10	Tanggapan Responden Mengenai Produk Sepatu Raitalexander <i>Shoes</i> Memiliki Fungsi Produk yang Sesuai dengan Kebutuhan.....	73
4.11	Tanggapan Responden Mengenai Produk Sepatu Raitalexander <i>Shoes</i> Memiliki Motif yang Sangat Menarik.....	74
4.12	Tanggapan Responden Mengenai Produk Sepatu Raitalexander <i>Shoes</i> Memiliki Keindahan Bentuk Desainnya.....	75
4.13	Tanggapan Responden Mengenai Produk Sepatu Raitalexander <i>Shoes</i> yang Sangat di Sukai.....	76
4.14	Tanggapan Responden Mengenai Produk Sepatu Raitalexander <i>Shoes</i> Memiliki Daya Tarik Desain yang sesuai dengan Ekspetasi.....	76
4.15	Tanggapan Responden Mengenai Produk Sepatu Raitalexander <i>Shoes</i> Memiliki Tekstur Bahan yang Sangat Baik.....	78
4.16	Tanggapan Responden Mengenai Produk Sepatu Raitalexander <i>Shoes</i> Memiliki Pilihan Warna yang Sesuai dengan Desain Produknya.....	79
4.17	Rekapitulasi Tanggapan Responden dalam Variabel Desain Produk (X_1)....	80
4.18	Tanggapan Responden Mengenai Produk Sepatu Raitalexander <i>Shoes</i> Memberikan Kenyamanan yang Sangat Baik.....	82
4.19	Tanggapan Responden Mengenai Produk Sepatu Raitalexander <i>Shoes</i> Memiliki Daya Tahan yang Kuat.....	83
4.20	Tanggapan Responden Mengenai Produk Sepatu Raitalexander <i>Shoes</i> Memiliki Tekstur yang Memberikan Kenyamanan.....	84

4.21 Tanggapan Responden Mengenai Produk Sepatu Raitalexander <i>Shoes</i> Memiliki Tekstur Bahan yang Sangat Baik dan Dapat digunakan Sesuai Keinginan.....	85
4.22 Tanggapan Responden Mengenai Fitur yang di Desain dalam Produk Sepatu Raitalexander <i>Shoes</i> Memberikan Kemudahan.....	86
4.23 Tanggapan Responden Mengenai Produk Sepatu Raitalexander <i>Shoes</i> Memiliki Keindahan Bentuk Desainnya.....	87
4.24 Tanggapan Responden Mengenai Produk Sepatu Raitalexander <i>Shoes</i> Merupakan Produk yang Handal.....	88
4.25 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kualitas Produk (X ₂)	89
4.26 Tanggapan Responden Mengenai Produk Sepatu Raitalexander <i>Shoes</i> yang Sesuai dengan Kebutuhan.....	91
4.27 Tanggapan Responden Mengenai Tidak Akan Membeli Produk Sepatu Raitalexander <i>Shoes</i> karena Memiliki Desain yang Sama dengan <i>Brand</i> lain.....	92
4.28 Tanggapan Responden Mengenai Informasi yang di dapat bahwa Produk Sepatu Raitalexander <i>Shoes</i> Perlu dimiliki.....	94
4.29 Tanggapan Responden Mengenai <i>Review</i> yang diunggah di <i>instagram</i> Tidak Cukup untuk Meyakinkan Memiliki Produk Sepatu Raitalexander <i>Shoes</i>	95
4.30 Tanggapan Responden Mengenai Tidak Suka dengan Bentuk dari Produk Sepatu Raitalexander <i>Shoes</i>	96
4.31 Tanggapan Responden Mengenai Keyakinan bahwa Produk Sepatu Raitalexander <i>Shoes</i> yang diperlukan.....	97

4.32	Tanggapan Responden Mengenai akan Merekomendasikan Produk Sepatu Raitalexander <i>Shoes</i> kepada Rekan/Kerabat.....	99
4.33	Tanggapan Responden Mengenai Meyakinkan kepada Rekan/Kerabat bahwa Produk Sepatu Raitalexander <i>Shoes</i> Sangat Bagus.....	99
4.34	Tanggapan Responden Mengenai Produk Sepatu Raitalexander <i>Shoes</i> Bukan <i>Brand Online</i> yang diinginkan Sekarang.....	101
4.35	Tanggapan Responden Mengenai Melakukan Pembelian Jika Produk Sepatu Raitalexander <i>Shoes</i> Mengeluarkan Produk Terbaru.....	102
4.36	Rekapitulasi Jawaban Responden pada Variabel Keputusan Pembelian.....	103
4.37	Hasil Uji Normalitas Kolmogrov Smirnov.....	107
4.38	Hasil Uji Multikolinearitas.....	108
4.39	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	110
4.40	Hasil Analisis Koefisien Korelasi.....	111
4.41	Hasil Analisis Koefisien Determinasi Parsial.....	112
4.42	Hasil Analisis Koefisien Determinasi Simultan.....	113
4.43	Hasil Pengujian Hipotesis Parsial (Uji t)	115
4.44	Hasil Pengujian Hipotesis Simultan (Uji F)	116
4.45	Pengaruh Variabel Desain Produk terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	119
4.46	Pengaruh Variabel Kualitas Produk terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	120
4.47	Pengaruh Desain Produk dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	122

DAFTAR GAMBAR

1.1 Keluhan pelanggan tentang Desain Produk sepatu Raitalexander <i>Shoes</i> yang tidak sesuai dengan ekspektasi.....	4
1.2 Keluhan Konsumen pada Kualitas Produk Raitalexander <i>Shoes</i>	5
1.3 Terdapat <i>Rating</i> 1 pada produk Raitalexander <i>Shoes</i> artinya kurang direkomendasikan.....	6
2.1 Komponen 4P dalam Bauran Pemasaran menurut Kotler & Amstrong.....	21
2.2 Lima Tahap Proses Keputusan Pembelian Konsumen.....	33
2.3 Kerangka Pemikiran.....	39
2.4 Paradigma Penelitian.....	40
3.1 Siklus Empirik Penelitian Kuantitatif.....	43
3.2 Garis Kontinum.....	57
3.3 Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 (Uji t).....	63
3.4 Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 (Uji F).....	65
4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	109
4.2 Daerah Penerimaan Variabel Desain Produk.....	120
4.3 Daerah Penerimaan Variabel Kualitas Produk.....	122
4.4 Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 (Uji F)	123