

**PENGARUH KUALITAS, DESAIN, DAN HARGA TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK BATIK BOGOR TRADISIKU DI  
KOTA BOGOR**

***THE EFFECT OF QUALITY, DESIGN, AND PRICE ON THE PURCHASE  
DECISION OF MY TRADITIONAL BOGOR BATIK PRODUCTS IN  
BOGOR CITY***

Dede Ihsan

*Program Management Studies Faculty of Economics, University of Djuanda*

Email: dede.ihsan@unida.ac.id

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas, desain, dan harga terhadap keputusan pembelian produk Batik Bogor Tradisiku di Kota Bogor. kuesioner didistribusikan kepada 100 orang responden. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey, bentuk penelitian yaitu *deskriptif* dan *verifikatif*. Kuesioner tersebut menggunakan uji validitas, reliabilitas dan asumsi klasik. Skala likert digunakan sebelum dilakukan pengujian dengan regresi berganda. Hal ini untuk mengetahui pengaruh tiga variabel bebas yang digunakan terhadap satu variabel terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua indikator dinyatakan valid dan reliabel, secara simultan dan parsial kualitas produk ( $X_1$ ), desain produk ( $X_2$ ), dan harga produk ( $X_4$ ), berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) produk Batik Bogor Tradisiku di Kota Bogor.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Desain Produk, Harga Produk dan Keputusan Pembelian.

**ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of quality, design, and price on purchasing decisions for Batik Bogor Budayaku in Bogor City. questionnaires were distributed to 100 respondents. The method used in this study is a survey method, the forms of research are descriptive and verification. The questionnaire uses validity, reliability and classical assumptions. Likert scale is used before testing with multiple regression. This is to determine the effect of the three independent variables used on one related variable. The results showed that all indicators were valid and reliable, simultaneously and partially product quality ( $X_1$ ), product design ( $X_2$ ), and product price ( $X_4$ ), had a positive and significant impact on purchasing decisions ( $Y$ ) for Batik Bogor Televisiku in Kota Bogor*

*Keywords: Product Quality, Product Design, Product Price and Purchasing Decisions.*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya. Berkat Ridho Allah SWT penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas, Desain, dan Harga Terhadap keputusan Pembelian Produk Batik Bogor Tradisiku di Kota Bogor”** Sebagai kegiatan penyelesaian yang ditulis mahasiswa kepada masyarakat dalam menerapkan ilmu pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki untuk kegiatan produktif.

Terselesaikannya Skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada yang terhormat :

1. Ketua dan Pengurus Yayasan Pusat Studi dan Pengembangan Islam Amaliyah Indonesia (YPSPIAI).
2. Bapak Prof. Dr. Suhaidi, SH, MH., selaku Rektor Universitas Djuanda, Ibu Dr. Ir. Ristika Handarini, MP., selaku Wakil Rektor Bidang Riset, Pengabdian, Inovasi dan Hilirisasi Universitas Djuanda, Ibu Dr. Hj. Endeh Suhartini, SH, MH., selaku Wakil Rektor Bidang Kerja Sama PMB dan Pengembangan Bisnis Universitas Djuanda, dan Bapak Al Lukmanul Hakim, SH, MH., selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Kemahasiswaan Universitas Djuanda.
3. Ibu Dr. Sri Harini, Dra., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Djuanda sekaligus Pembimbing Akademik yang telah banyak memberikan arahan, nasihat, dan motivasi, Ibu Endang Silaningsih, SE., MM., selaku Wakil Dekan Akademik Fakultas Ekonomi Universitas Djuanda, dan Bapak Mas Nur Mukmin, SE., M. Ak., selaku Wakil Dekan Non Akademik Fakultas Ekonomi Universitas Djuanda.
4. Ibu Tini Kartini, SE., MH., MM., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi, Ibu Yulianingsih, SE., MM., selaku Sekertaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi.

5. Ibu Sudarijati, SE., M.Si., selaku Pembimbing I dan Ibu Dra. Titiek Tjahja Andari, M.Si., selaku Pembimbing II yang telah memberikan arahan, nasihat, motivasi, perhatian, serta saran selama masa bimbingan penyusunan Skripsi.
6. Bapak dan Ibu Dosen serta Staff Fakultas Ekonomi Universitas Djuanda, atas dukungan yang diberikan kepada penulis.
7. IKM Batik Bogor Tradisiku yang telah memberikan referensi kepada Penulis dalam melaksanakan Penelitian.
8. Kedua orang tua tercinta, Ibunda Euis Salamah dan Almarhum Bapak Misbah yang telah memberikan kasih sayang, motivasi dan dukungan secara moril maupun materil beserta do'a. Serta saudara sekandung, Ujang Abdul Aziz, Indri Sumiyati, Ilham Muslih, dan Syahnaz yang telah memberikan motivasi dalam penyusunan Skripsi ini.
9. Sahabat-sahabat terdekat, Reza Noermansyah, Alief, Rohmah, Farieza, Anjar, April, Ika dan Noval yang telah memberi motivasi dan dukungan dalam penyusunan Skripsi ini.
10. Seluruh teman-teman Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Tahun Angkatan 2015 yang telah memberikan motivasi dan saran dalam penyusunan Skripsi ini.
11. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu, terima kasih atas saran, dukungan dan semangatnya.

Semoga amal baik dari semua pihak tersebut diterima oleh Allah SWT dan mendapatkan pahala yang berlimpat ganda dari-Nya, Aamiin. Penulis berharap semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak yang memerlukannya. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa Skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh sebab itu, penulis sangat mengharapkan kritik, saran dan masukan dari pembaca demi sempurnanya Skripsi ini. Terima kasih.

Bogor, 29 Agustus 2022

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	i
<b>DAFTAR ISI</b> .....	iii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	v
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	viii
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Sistematika Penulisan.....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	10
2.1 Tinjauan Pendapat Hasil Penelitian Terdahulu .....	10
2.2 Tinjauan Teori .....	12
2.2.1 Pengertian Pemasaran.....	12
2.2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran .....	13
2.2.3 Bauran Pemasaran .....	15
2.2.4 Produk.....	16
2.2.5 Klasifikasi Produk .....	17
2.2.6 Kualitas Produk .....	19
2.2.7 Perspektif Terhadap Kualitas Produk .....	20
2.2.8 Indikator Kualitas Produk.....	22
2.2.9 Desain Produk.....	24
2.2.10 Indikator Desain Produk .....	25
2.2.11 Pengertian Harga .....	26
2.2.12 Peranan Harga.....	27
2.2.13 Metode Penetapan Harga.....	28
2.2.14 Indikator Harga.....	28
2.2.15 Pengertian Prilaku Konsumen .....	29
2.2.16 Keputusan Pembelian .....	31
2.2.17 Proses Keputusan Pembelian.....	32
2.2.18 Indikator Keputusan Pembelian.....	37
2.2.19 Pengertian Batik.....	39
2.3 Pengembangan Hipotesisi Penelitian .....	40
2.4 Kerangka Pemikiran .....	44
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	48
3.1 Objek dan Lokasi Penelitian.....	48
3.2 Desain Penelitian .....	48
3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasionalisasi Variabel.....	48
3.4 Unit Analisis, Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sempel .....	50
3.4.1 Populasi dan Sampel.....	50
3.4.2 Teknik Pengambilan Sampel.....	50
3.5 Metode Pengumpulan Data .....	51

3.5.1	Jenis dan Sumber Data .....	51
3.5.2	Prosedur Pengumpulan Data .....	52
3.6	Metode Pengujian Instrumen.....	52
3.6.1	Uji Validitas.....	53
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	56
3.6.3	Uji Asumsi Klasik .....	57
3.7	Metode Analisis Data .....	61
3.7.1	Regresi Linear Berganda .....	62
3.7.2	Analisis Koefisien Korelasi.....	64
3.7.3	Analisis Koefisien Determinasi.....	66
3.7.4	Pengujian Hipotesis .....	66
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>71</b>
4.1	Gambaran Umum Perusahaan .....	71
4.1.1	Sejarah Singkat Batik Bogor Tradisiku .....	71
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan.....	72
4.1.3	Struktur Organisasi Perusahaan .....	73
4.1.4	Aspek Pemasaran .....	75
4.1.5	Aspek Sumber Daya Manusia.....	78
4.1.6	Aspek Oprasional .....	79
4.1.7	Karakteristik Konsumen.....	80
4.2	Karakteristik Konsumen .....	81
4.3	Tanggapan Konsumen Terhadap Kualitas, Desain, Harga, dan Keputusan Pembelian Produk Batik Bogor Tradisiku.....	83
4.3.1	Tanggapan Konsumen Terhadap Kualitas Produk Batik Bogor Tradisiku .....	83
4.3.2	Tanggapan Konsumen Terhadap Desain Produk Batik Bogor Tradisiku .....	99
4.3.3	Tanggapan Konsumen Terhadap Harga Produk Batik Bogor Tradisiku .....	105
4.3.4	Tanggapan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Batik Bogor Tradisiku .....	113
4.4	Pengaruh Kualitas, Desain, dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	125
4.4.1	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	125
4.4.2	Hasil Analisi Korelasi Berganda .....	126
4.4.3	Hasil Koefisien Korelasi.....	126
4.5	Pengujian Hipotesis .....	127
4.5.1	Pengujian Model Regresi Secara Simultan (Uji F) .....	127
4.5.2	Pengujian Model Regresi Secara Parsial (Uji-t).....	128
<b>BAB V</b>	<b>SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>132</b>
5.1	Simpulan.....	132
5.2	Saran .....	133
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>135</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>		<b>138</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>		

## DAFTAR TABEL

No.	Teks	Halaman
1.1.	IKM Batik di Kota Bogor .....	5
1.2.	Tabel Omset dan Target Penjualan Batik Bogor Tradisiku.....	6
2.1	Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Rencana Penelitian.....	11
3.1	Oprasional Variabel .....	49
3.2	Kriteria Uji Validitas .....	53
3.3	Hasil Uji Validitas Kualitas Produk ( $X_1$ ).....	54
3.4	Hasil Uji Validitas Desain Produk ( $X_2$ ) .....	54
3.5	Hasil Uji Validitas Harga Produk( $X_3$ ) .....	55
3.6	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	55
3.7	Kriteria Uji Reliabilitas.....	56
3.8	Hasil Uji Realibilitas Instrumen Penelitian .....	57
3.9	Hasil Uji Multikolinieritas .....	58
3.10	Uji Kolmogrov-Smirnov.....	60
3.11	Skala <i>Likert</i> .....	61
3.12	Kelas Interval dan Kriteria Penilaian.....	62
3.13	Interpretasi Koefisien Korelasi .....	65
4.1	Sumber Daya Manusia Batik Bogor Tradisiku.....	78
4.2	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin .....	81
4.3	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia.....	81
4.4	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pekerjaan .....	82
4.5	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Tingkat Pendapatan .....	82
4.6	Rekapitulai Karakteristik Konsumen.....	83
4.7	Tanggapan Konsumen Terhadap Produk Batik Bogor Tradisiku Memiliki Nilai Khas Tradisional Kota Bogor .....	84
4.8	Tanggapan Konsumen Terhadap Produk Batik Bogor Tradisiku sesuai dengan selera saya .....	85
4.9	Tanggapan Konsumen Terhadap Produk Batik Bogor Tradisiku dikemas dengan Kemasan yang Menarik.....	85
4.10	Tanggapan Konsumen Terhadap Aneka Aksesoris Hasil Kerajinan Batik yang ditawarkan Menambah Daya Tarik Konsumen Untuk Melakukan Pembelian .....	86
4.11	Tanggapan Konsumen Terhadap Warna Motif Batik dari Batik Bogor Tradisiku Tidak Mudah Luntur .....	87
4.12	Tanggapan Konsumen Terhadap Batik Bogor Tradisiku Memberikan Kenyamanan Pada Saat dipakai.....	88
4.13	Tanggapan Konsumen Terhadap Saya Menyukai Produk Yang ditawarkan Karena Sesuai dengan Standar Yang ditentukan atau Standar Batik Lainnya .....	88
4.14	Tanggapan Konsumen Terhadap Desain Produk Telah Sesuai Dengan Standar Desain Produk Batik Lainnya.....	89

4.15	Tanggapan Konsumen Terhadap Saya Merasa Produk Batik Bogor Tradisiku Tidak Mudah Rusak .....	90
4.16	Tanggapan Konsumen Terhadap Bahan Kain Batik Bogor Tradisiku Tahan Lama .....	91
4.17	Tanggapan Konsumen Terhadap Batik Bogor Tradisiku Tepat Waktu dalam Memenuhi Permintaan.....	91
4.18	Tanggapan Konsumen Terhadap Karyawan Tanggap Dalam Menangani Keluhan Konsumen .....	92
4.19	Tanggapan Konsumen Terhadap Batik Bogor Tradisiku Memiliki Daya Tarik Tersendiri yang Berbeda dengan Batik Lainnya.....	93
4.20	Tanggapan Konsumen Terhadap Batik Bogor Tradisiku Memiliki Motif Yang Menarik dan Memiliki Nilai Keindahan .....	94
4.21	Tanggapan Konsumen Terhadap Produk Yang ditawarkan Batik Bogor Tradisiku terjamin Kualitasnya.....	95
4.22	Tanggapan Konsumen Terhadap Batik Bogor Tradisiku Bisa Dikategorikan Sebagai Produk dengan Kualitas Yang Sangat Baik .....	95
4.23	Rekapitulasi Skor Tanggapan Variabel Kualitas Produk .....	96
4.24	Tanggapan Konsumen Terhadap Batik Bogor Tradisiku Memiliki Beragam Motif Yang Menarik .....	99
4.25	Tanggapan konsumen Terhadap Saya Memilih Batik Bogor Tradisiku Karena Memiliki Model Yang Selalu Terbaru Dan Elegan .....	100
4.26	Tanggapan Konsumen Terhadap Kombinasi Warna Pada Batik Bogor Tradisiku Memiliki Nilai Seni Dan Keindahan .....	101
4.27	Tanggapan Konsumen Terhadap Saya Memilih Batik Bogor Tradisiku Karena Pilihan Warnanya Yang Menarik.....	101
4.28	Tanggapan Konsumen Terhadap Batik Bogor Tradisiku Memiliki Desain Yang Berbeda Dari Produk Batik Lainnya .....	102
4.29	Tanggapan Konsumen Terhadap Batik Bogor Tradisiku Memiliki Perpaduan Warna, Motif, dan Desain Yang Menarik dan Inovatif .....	103
4.30	Rekapitulasi Skor Tanggapan Variabel Desain Produk.....	104
4.31	Tanggapan Konsumen Terhadap Harga Produk Yang Ditawarkan Batik Bogor Tradisiku Adalah Harga Murah Dan Standar .....	105
4.32	Tanggapan Konsumen Terhadap Harga Produk Yang Ditawarkan Batik Bogor Tradisiku Terjangkau Oleh Konsumen.....	106
4.33	Tanggapan Konsumen Terhadap Harga Yang ditawarkan Sesuai dengan Kualitas Produk Yang diberikan.....	107
4.34	Tanggapan Konsumen Terhadap Produk Yang Berkualitas Memiliki Harga Yang Lebih Tinggi.....	108
4.35	Tanggapan Konsumen Terhadap Harga Yang Ditawarkan Sesuai Dengan Manfaat Produk Yang Diberikan.....	108
4.36	Tanggapan Konsumen Terhadap Saya Merasakan Manfaat Yang Sesuai Dengan Jumlah Uang Yang Telah Saya Keluarkan Ketika Melakukan Pembelian Di Batik Bogor Tradisiku .....	109
4.37	Tanggapan Konsumen Terhadap Saya Membandingkan Harga Yang Ditawarkan Oleh Batik Bogor Tradisiku Dengan Produk Batik Lainnya Sebelum Melakukan Pembelian .....	110

4.38	Tanggapan Konsumen Terhadap Harga Yang ditawarkan Batik Bogor Tradisiku Adalah Harga Yang Terbaik dibandingkan Harga Pesaing.....	111
4.39	Rekapitulasi Skor Tanggapan Variabel Harga Produk.....	112
4.40	Tanggapan Konsumen Terhadap Saya Memutuskan Untuk Melakukan Pembelian Produk Batik Bogor Tradisiku Karena Produknya Bagus .....	113
4.41	Tanggapan Konsumen Terhadap Saya Memutuskan Untuk Melakukan Pembelian Produk Batik Bogor Tradisiku Karena Terdapat Berbagai Macam Pilihan Jenis dan Motif Batik Yang Tersedia.....	114
4.42	Tanggapan Konsumen Terhadap Batik Bogor Tradisiku Merupakan Merek Terkenal di Kota Bogor .....	115
4.43	Tanggapan Konsumen Terhadap Saya Akan Merekomendasikan Batik Bogor Tradisiku Kepada Siapa Saja Yang Ingin Melakukan Pembelian Batik Khas Kota Bogor.....	116
4.44	Tanggapan Konsumen Terhadap Saya Memutuskan Melakukan Pembelian di Batik Bogor Tradisiku Karena Lokasi Yang Mudah dijangkau .....	117
4.45	Tanggapan Konsumen Terhadap Saya Memutuskan Melakukan Pembelian di Batik Bogor Tradisiku Karena Persediaan Produk Yang disediakan Lengkap.....	118
4.46	Tanggapan Konsumen Terhadap Saya Melakukan Pembelian Produk Batik Bogor Tradisiku Pada Saat Ada Diskon.....	119
4.47	Tanggapan Konsumen Terhadap Saya Melakukan Pembelian Produk Batik Bogor Tradisiku Pada Hari Perayaan Tertentu.....	119
4.48	Tanggapan Konsumen Terhadap Saya Melakukan Pembelian Produk Batik Bogor Tradisiku dalam Jumlah Banyak Pada Saat Hari Raya .....	120
4.49	Tanggapan Konsumen Terhadap Saya Melakukan Pembelian Produk Batik Bogor Tradisiku Karena Dapat Memenuhi Pembelian Dalam Jumlah Banyak.....	121
4.50	Tanggapan Konsumen Terhadap Saya Memutuskan Melakukan Pembelian Produk Batik Bogor Tradisiku Karena Menyediakan Berbagai Macam Metode Pembayaran Yang Mudah.....	122
4.51	Tanggapan Konsumen Terhadap Saya Memutuskan Melakukan Pembelian Produk Batik Bogor Tradisiku Karena Dapat Melakukan Pembayaran Secara Kredit.....	123
4.52	Rekapitulasi Skor Tanggapan Variabel Keputusan Pembelian .....	123
4.53	Regresi Linear Berganda .....	126
4.54	Hasil Analisis Koefisien Determinasi dan Koefisien Korelasi.....	127
4.55	Pengujian Regresi Secara Simultan.....	128
4.56	Pengujian Regresi Secara Parsial.....	129
4.57	Rekapitulasi Pengujian Secara Parsial.....	131



## DAFTAR GAMBAR

No.	Teks	Halaman
2.1.	Gambar Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ).....	15
2.2.	Gambar Proses Keputusan Pembelian .....	33
2.3.	Gambar Kerangka Pemikiran Penelitian .....	47
3.1.	Gambar Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	59
3.2.	Gambar Grafik <i>Normal Probability Plots</i> .....	60
3.3.	Gambar Kelas Interval Penilaian .....	62
3.4.	Gambar Hubungan Antar Variabel Penelitian .....	63
3.5.	Gambar Uji Satu Pihak .....	70
4.1.	Gambar Siswaya dan Rukayah (pendiri Batik Bogor Tradisiku) .....	71
4.2.	Gambar Struktur Organisasi Batik Bogor Tradisiku .....	73
4.3.	Gambar Produk Batik Bogor Tradisiku .....	76
4.4.	Gambar Alur Produksi Batik Tulis .....	79
4.5.	Gambar Alur Produksi Batik Cap.....	80
4.6.	Gambar Hasil Uji t Koefisien Regresi Variabel Kualitas Produk .....	130
4.7.	Gambar Hasil Uji t Koefisien Regresi Variabel Desain Produk.....	130
4.8.	Gambar Hasil Uji t Koefisien Regresi Variabel Harga Produk .....	131