

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK,
DESAIN PRODUK, PROMOSI DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP MINAT BELI PADA
PRODUK FASHION HARDWARE SEMARANG**

SKRIPSI



Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Menyelesaikan Program Sarjana (S1)
Pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika & Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun Oleh:

Khusnul Kotimah
12010113120029

**FAKULTAS EKONOMIKA & BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2017**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Khusnul Kotimah

Nomor Induk Mahasiswa : 12010113120029

Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Manajemen

Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK,
DESAIN PRODUK, PROMOSI, DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP MINAT BELI PADA
PRODUK FASHION HARDWARE SEMARANG**

Dosen Pembimbing : Sri Rahayu Tri Astuti, S.E., M.M

Semarang, 11 Agustus 2017

Dosen Pembimbing

(Sri Rahayu Tri Astuti, S.E., M.M)

NIP. 197309252003122001

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Khusnul Kotimah

Nomor Induk Mahasiswa : 12010113120029

Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Manajemen

Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK,
DESAIN PRODUK, PROMOSI, DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP MINAT BELI PADA
PRODUK FASHION HARDWARE SEMARANG**

Telah dinyatakan lulus pada tanggal 18 Agustus 2017

Tim penguji

1. Sri Rahayu Tri Astuti, S.E., M.M. (.....)
2. Dra. Yoestini, M.Si. (.....)
3. Dr. Mahfudz, S.E., MT. (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Khusnul Kotimah, menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, Promosi, dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli pada Produk Fashion Hardware Semarang**, adalah tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin itu, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 10 Agustus 2017

Yang membuat pernyataan

Khusnul Kotimah

NIM. 12010113120029

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Sesungguhnya perbuatan yang baik itu menghapuskan (dosa) perbuatan yang buruk .
itulah peringatan bagi orang-orang yang ingat.”

“Dan bersabarlah, karena sesungguhnya Allah tiada menyia-nyiakan pahala orang-
orang yang berbuat kebaikan.”

Q.S Hud 114-115

“Doa orang tua untuk anaknya bagai doa nabi untuk umatnya.”

(H.R ad-Dailami)

“Barang siapa yang menempuh perjalanan untuk menuntut ilmu maka Allah
memudahkan jalan menuju surga.”

(H.R Muslim)

“Berharap hanya kepada Allah & waktu akan membuktikannya”

Skripsi ini saya persembahkan untuk

Kedua orang tua saya yang sangat saya cintai

BAPAK H. MAIL & IBU Hj. IBAH SOHIBAH

Yang senantiasa selalu bersabar dan berdoa untuk anaknya

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, desain produk, promosi dan persepsi harga terhadap minat beli produk Hardware yang berada di Kota Semarang. Hardware merupakan *brand* lokal yang sudah ada sejak tahun 1997. Perkembangan *fashion* di Indonesia yang semakin pesat menyebabkan persaingan yang semakin ketat. Hal ini dapat dilihat dari adanya penurunan penjualan dan tidak tercapainya target penjualan pada Hardware.

Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling* yang dilakukan melalui cara *convenience sampling* yaitu memilih responden yang secara kebetulan di temui oleh peneliti. Responden penelitian ini adalah konsumen yang belum pernah membeli dan memiliki keinginan untuk membeli produk serta pernah mengunjungi *store* Hardware di Kota Semarang sebanyak 100 orang.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, desain produk, promosi dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Hasil uji persamaan regresi adalah $Y = 0,473 X_1 + 0,266 X_2 + 0,122 X_3 + 0,194 X_4$.

Kata kunci: kualitas produk, desain produk, promosi, persepsi harga, minat beli

ABSTRACT

This research was conducted to analyze the effect of product quality, product design, promotion and price perception on purchase intention of Hardware product located in Semarang. Hardware is a local brand that has existed since 1997. The development of fashion in Indonesia is rapidly increasing which caused fierce competition between businesses. This can be seen from the decline in sales and inability to achieve Hardware's sales target.

Sampling technique used in this research is purposive sampling technique by convenience sampling which is choosing respondents who by chance met the researcher. Respondents of this research are consumers who have never bought product, have the desire to buy products and have visited the hardware store in Semarang as many as 100 people.

The results of this study indicate that product quality, product design, promotion and price perception have a positive and significant effect on purchase intention. The result of regression equation is $Y = 0,473 X_1 + 0,266 X_2 + 0,122 X_3 + 0,194 X_4$.

Keywords: product quality, product design, promotion, price perception, purchase intention

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberi sebaik-baik nikmat berupa Iman dan Islam, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, Promosi, dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli pada Produk Fashion Hardware Semarang”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat kelulusan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini terdapat beberapa pihak yang terlibat, baik yang memberikan dorongan, semangat dan bimbingan serta bantuan. Maka dari itu penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Suharnomo, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
2. Bapak Dr. Harjum Muharam, S.E., M.E., selaku Ketua Departemen Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
3. Ibu Sri Rahayu Tri Astuti, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing yang memberikan waktu, masukan, bantuan, semangat dan juga selalu bersabar untuk membimbing penulis pada saat proses penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Dra. Yoestini, M.Si. dan Bapak Dr. Mahfudz, S.E., MT., selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan dan arahan dalam perbaikan penelitian skripsi ini.

5. Bapak Dr. H. Susilo Toto Rahardjo, S.E., M.T., selaku dosen wali penulis selama menempuh perkuliahan di Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang yang telah memberikan ilmu pengetahuan.
7. Bapak dan Ibu Karyawan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang yang telah memberikan bantuan untuk penulis pada masa perkuliahan.
8. Seluruh reponden yang telah bersedia meluangkan waktu dan pikiran untuk mengisi kuesioner penelitian ini.
9. Bapak H. Mail dan Hj. Ibah Sohibah, selaku kedua orang tua penulis yang selalu memanjatkan doa kepada Allah SWT dan Muhammad Imam Jazulie, Pramadisa Dwi Amanda, Nafisa Izzatul Jannah, dan Maulana Adi Patria selaku keluarga penulis selalu berdoa dan memberi dukungan selama perkuliahan terutama penyusunan skripsi.
10. Sahabatku yaitu Rizki Warahma, Muhamad Sofi Zevananda, dan Faris Aiman, Choeri Rizky, Yuni Sri Utami, Zahirah Zahrah, Anisa Nur Sadrina, Ahmad Muhammad Fakhruddin yang selalu memberikan saran dan motivasi.
11. Teman-teman S1 Manajemen 2013 lainnya yang tidak bisa di sebutkan satu persatu, yang telah memberikan kenangan dan selalu memberikan informasi.

Penulis berharap semoga semua pihak yang disebutkan diatas mendapatkan balasan dari Allah SWT dan senantiasa selalu di lindungi oleh-Nya. Skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan, sehingga penulis mengharapkan kritik dan saran. Semoga skripsi ini bermanfaat dan berguna.

Semarang, 10 Agustus 2017

Penulis,

Khusnul Kotimah

NIM. 12010113120029

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Tujuan dan Manfaat.....	11
1.3.1. Tujuan Penelitian	11
1.3.2. Manfaat Penelitian	12
1.4. Sitematika Penulisan	12
BAB II TELAAH PUSTAKA	14
2.1. Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu.....	14
2.1.1. Minat Pembelian	14
2.1.2. Kualitas Produk.....	15
2.1.3. Desain Produk	18
2.1.4. Promosi	20
2.1.5. Persepsi Harga.....	21
2.2. Hubungan Antar Variabel	23
2.2.1. Hubungan Kualitas Produk dengan Minat Beli	23
2.2.2. Hubungan Desain Produk dengan Minat Beli.....	24
2.2.3. Hubungan Promosi dengan Minat Beli	26

2.2.4.	Hubungan Persepsi Harga Produk dengan Minat Beli.....	27
2.3.	Penelitian Terdahulu.....	28
2.4.	Kerangka Pemikiran	33
2.5.	Hipotesis.....	34
BAB III METODE PENELITIAN.....		35
3.1.	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	35
3.1.1.	Variabel Penelitian	35
3.1.1.2.	Variabel Independen	35
3.1.1.3.	Variabel Dependen	35
3.1.2.	Definisi Operasional Variabel.....	36
3.2.	Populasi dan Sampel	37
3.2.1.	Populasi	37
3.2.2.	Sampel.....	37
3.3.	Jenis dan Sumber Data	39
3.3.1.	Data Primer	39
3.3.2.	Data Sekunder	39
3.4.	Metode Pengumpulan Data	39
3.4.1.	Kuesioner (Angket).....	39
3.4.2.	Studi Pustaka.....	40
3.5.	Metode Analisis Data	40
3.5.1.	Analisis Deskriptif	40
3.5.2.	Analisis Kuantitatif	41
3.5.3.	Uji Instrumen Data.....	42
3.5.3.1.	Uji Validitas.....	42
3.5.3.2.	Uji Reliabilitas	42
3.5.4.	Uji Asumsi Klasik.....	42
3.5.4.1.	Uji Multikolonieritas.....	42
3.5.4.2.	Uji Heteroskedastisitas	43
3.5.4.3.	Uji Normalitas.....	44
3.5.5.	Analisis Regresi Linier Berganda	44

3.5.6.	Uji Hipotesis (Goodness of Fit)	45
3.5.6.1.	Uji Signifikan Individual (Uji Statistik t)	45
3.5.6.2.	Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)	46
3.5.6.3.	Koefisien Determinasi (R^2).....	46
BAB IV	HASIL DAN ANALISIS.....	47
4.1.	Deskripsi Objek Penelitian	47
4.1.1.	Gambaran Umum Hardware	47
4.1.2.	Identitas Responden	48
4.2.	Analisis Deskripsi Variabel.....	52
4.2.1.	Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk	52
4.2.2.	Tanggapan Responden Terhadap Desain Produk	55
4.2.3.	Tanggapan Responden Terhadap Promosi.....	57
4.2.4.	Tanggapan Responden Terhadap Persepsi Harga	59
4.2.5.	Tanggapan Responden Terhadap Minat Beli	61
4.3.	Analisis Data	63
4.3.1.	Uji Instrumen Data	63
4.3.1.1.	Uji Validitas	63
4.3.1.2.	Uji Reliabilitas	64
4.3.2.	Uji Asumsi Klasik.....	65
4.3.2.1.	Uji Multikolonieritas.....	65
4.3.2.2.	Uji Heterokedastisitas	66
4.3.2.3.	Uji Normalitas.....	67
4.3.3.	Analisis Regresi Linier Berganda	68
4.3.4.	Uji Hipotesis (Goodness of Fit)	70
4.3.4.1.	Uji Signifikansi Individual (Uji t).....	70
4.3.4.2.	Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)	71
4.3.4.3.	Koefisien Determinasi (R^2).....	72
4.3.5.	Pembahasan.....	73
4.3.5.1.	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli	73
4.3.5.2.	Pengaruh Desain Produk terhadap Minat Beli.....	74

4.3.5.3.	Pengaruh Promosi terhadap Minat Beli	75
4.3.5.4.	Pengaruh Persepsi Harga terhadap Minat Beli	75
BAB V	PENUTUP	77
5.1.	Kesimpulan.....	77
5.2.	Keterbatasan Penelitian	78
5.3.	Saran	78
5.3.1.	Implikasi Kebijakan	78
5.3.2.	Saran Penelitian yang Akan Datang.....	82
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN-LAMPIRAN	86

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Penjualan Hardware Paragon Semarang.....	3
Tabel 1.2	Research Gap	9
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3.1	Operasional Variabel.....	36
Tabel 4.1	Responden Berdasarkan Usia.....	48
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4.3	Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
Tabel 4.4	Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan	50
Tabel 4.5	Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	50
Tabel 4.6	Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan pada Store Hardware Perbulan	51
Tabel 4.7	Responden Berdasarkan Informasi Keberadaan Produk Fashion Hardware.....	51
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk	53
Tabel 4.9	Deskripsi Indeks Kualitas Produk.....	54
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Terhadap Desain Produk	55
Tabel 4.11	Deskripsi Indeks Desain Produk	56
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Terhadap Promosi.....	57
Tabel 4.13	Deskripsi Indeks Promosi	58
Tabel 4.14	Tanggapan Responden Terhadap Persepsi Harga	59
Tabel 4.15	Deskripsi Indeks Persepsi Harga.....	60
Tabel 4.16	Tanggapan Responden Terhadap Minat Beli	61
Tabel 4.17	Deskripsi Indeks Minat Beli	62
Tabel 4.18	Hasil Uji Validitas.....	64
Tabel 4.19	Hasil Uji Reliabilitas	65
Tabel 4.20	Hasil Uji Multikolonieritas	65
Tabel 4.21	Hasil Analisis Linier Berganda	69
Tabel 4.22	Hasil Uji t	70
Tabel 4.23	Hasil Uji F.....	72
Tabel 4.24	Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	73
Tabel 5.1	Saran bagi Perusahaan.....	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Grafik Target dan Omset Penjualan Store Hardware Paragon Mall Semarang	5
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran.....	33
Gambar 4.1	Hasil Uji Heterokedastisitas.....	66
Gambar 4.2	Hasil Uji Normalitas (Histogram).....	67
Gambar 4.3	Hasil Uji Normalitas (<i>Normal Probability Plot</i>).....	68

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Penampilan merupakan hal yang sangat penting. Penampilan dapat terlihat dari apa yang dikenakan oleh seseorang, seperti pakaian, sepatu, perhiasan, jam tangan, dan sebagainya. Penampilan juga bisa menjadi salah satu indikator penilaian terhadap orang lain. Contohnya pada saat melamar pekerjaan, seseorang harus memperhatikan penampilannya agar menarik perhatian pihak perusahaan, sehingga saat ini banyak orang yang tertarik dalam bidang *fashion*. Berbagai toko pakaian atau butik, distro, dan swalayan menyediakan berbagai jenis pakaian dengan berbagai macam merek. Pakaian bukan hanya sebagai suatu kebutuhan tetapi sudah menjadi *style* atau gaya seseorang, yang dapat meningkatkan rasa percaya diri seseorang.

Perkembangan *fashion* di Indonesia sendiri dipengaruhi oleh berbagai macam faktor. Seiring berjalannya waktu dan perkembangan jaman, budaya asing masuk ke Indonesia dan mempengaruhi berbagai gaya hidup masyarakat termasuk dalam gaya berpakaian. Kini banyak model pakaian yang kebarat-baratan atau yang sedang *booming* saat ini adalah *style* Korea.

Berbagai *event fashion* membuat perkembangan bidang *fashion* di Indonesia semakin maju. Menurut *website bitebrands.com* Salah satu *event fashion show* yang ada di Indonesia adalah Indonesia *Fashion Week* yang diadakan setiap satu tahun sekali, *event* ini merupakan *event akbar* yang di selenggarakan oleh APPMI (Asosiasi

Perancang Pengusaha Indonesia) dan melibatkan beberapa *desainer* terkenal dan terkemuka di Indonesia. Dalam *event* ini menunjukkan model baju yang akan *booming* pada tahun tersebut. Beberapa *desainer* biasanya mengkombinasikan budaya Indonesia dengan budaya asing pada karyanya. Selain Indonesia *Fashion Week* terdapat juga *event* lainnya seperti *Indie Clothing Expo* yang diadakan di Surabaya, *Jakcloth* yang diadakan di Jakarta, *Kickfest* yang diadakan di Bandung, dan *Indie Clothing Carnival* yang diadakan di Surabaya, Yogyakarta, dan Malang, *event* tersebut sama-sama memamerkan pakaian distro dengan *brand* lokal.

Hardware merupakan salah satu *brand* lokal yang sudah memiliki *outlet* di beberapa kota besar di Indonesia. Hardware ditujukan untuk kalangan muda yang mementingkan gaya atau *style* yang *kekinian*. Menurut *website swa.co.id* dan *liputan6.com*, Hardware menggandeng aktris Luna Maya untuk mendesain produk dari tahun 2008 hingga tahun 2015 dan meluncurkan produk LM for Hardware atau Luna Maya for Hardware. Tahun 2016 ini Hardware menggandeng aktris Michelle Ziudith dan meluncurkan produk Michelle Ziudith for Hardware.

Produk andalan Hardware adalah *jeans* dan *T-shirt* untuk pria dan wanita dan desain produk disesuaikan dengan perkembangan tren *fashion* saat ini. Produk Hardware ditujukan untuk kalangan muda usia 15-35 tahun. Berikut data penjualan Hardware tahun 2013 hingga tahun 2016.

Tabel 1.1
Data Penjualan Hardware Paragon Semarang

Bulan	2013		2014	
	Target	Omset	Target	Omset
Januari	170.000.000	138.055.400	220.000.000	184.999.700
Februari	170.000.000	116.154.300	190.000.000	172.445.700
Maret	170.000.000	162.336.500	190.000.000	196.276.000
April	170.000.000	168.161.700	200.000.000	194.434.600
Mei	180.000.000	187.305.400	210.000.000	246.849.300
Juni	180.000.000	172.347.900	210.000.000	177.537.900
Juli	210.000.000	278.995.900	300.000.000	390.021.800
Agustus	220.000.000	228.847.300	200.000.000	161.872.400
September	180.000.000	153.800.400	240.000.000	181.199.500
Oktober	180.000.000	215.575.200	190.000.000	142.147.100
Nopember	190.000.000	174.218.900	170.000.000	147.506.400
Desember	220.000.000	294.653.800	240.000.000	202.528.600
Total	2.240.000.000	2.290.452.700	2.560.000.000	2.397.819.000

Bulan	2015		2016	
	Target	Omset	Target	Omset
Januari	220.000.000	149.737.200	170.000.000	19.426.900
Februari	290.000.000	192.508.100	170.000.000	124.704.300
Maret	210.000.000	177.932.900	190.000.000	149.742.900
April	210.000.000	203.664.000	170.000.000	113.148.500
Mei	210.000.000	182.429.800	225.000.000	259.270.200
Juni	210.000.000	121.126.800	220.000.000	279.907.800
Juli	170.000.000	273.138.700	230.000.000	232.063.000
Agustus	220.000.000	288.564.300	240.000.000	181.572.900
September	210.000.000	97.667.700	170.000.000	139.517.500
Oktober	200.000.000	109.421.200	170.000.000	133.774.300
Nopember	170.000.000	114.714.500	-	-
Desember	230.000.000	226.418.800	-	-
Total	2.550.000.000	2.137.324.000	1.955.000.000	1.633.128.300

Sumber: Data Penjualan Hardware Paragon Mall Semarang 2016.

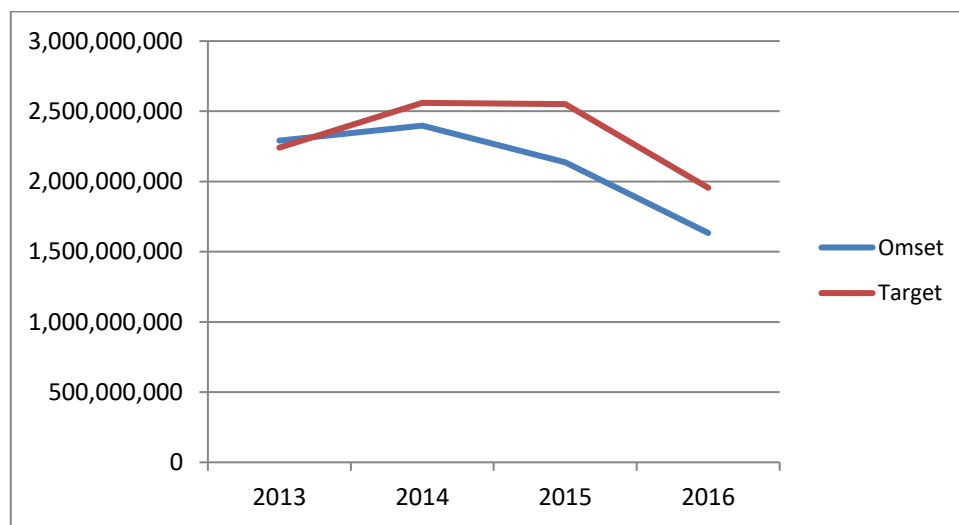
Tabel 1.1 merupakan omset penjualan yang diperoleh Hardware pada tahun 2013 hingga 2016. Total omset Hardware tahun 2013 adalah Rp 2.290.452.700 dan tahun 2014 adalah sebesar Rp 2.397.819.000, artinya pada tahun 2014 Hardware mengalami peningkatan penjualan sebesar Rp 107.336.300. Sedangkan pada tahun 2015 omset penjualan Hardware adalah sebesar Rp 2.137.324.000, artinya pada tahun 2015 Hardware mengalami penurunan penjualan yaitu sebesar Rp 260.495.000. Data tahun 2016 hanya tersedia bulan Januari sampai dengan bulan Oktober, dengan total omset penjualan sepuluh bulan terakhir tersebut yaitu sebesar Rp 1.633.128.300. Berdasarkan data tersebut, tahun 2014 dan tahun 2015 jumlah penurunan penjualan lebih besar bila dibandingkan dengan peningkatan penjualan ($\text{Rp } 260.495.000 > \text{Rp } 107.336.300$).

Omset penjualan ini dapat dibandingkan dengan target yang telah ditetapkan. Target penjualan Hardware tahun 2013 adalah sebesar Rp 2.240.000.000, dan omset penjualan tahun 2013 yaitu sebesar Rp 2.290.452.700, artinya target penjualan pada tahun 2013 sudah tercapai. Target penjualan tahun 2014 adalah sebesar Rp 2.560.000.000, dan omset penjualan tahun 2014 yaitu hanya sebesar Rp 2.397.819.000, artinya target penjualan tahun 2014 belum tercapai oleh Hardware yaitu sebesar Rp 162.181.000. Target penjualan tahun 2015 adalah sebesar Rp 2.550.000.000, sedangkan omset penjualannya hanya sebesar Rp 2.137.324.000, yang artinya target penjualan tahun 2015 belum tercapai yaitu sebesar Rp 412.676.000. Target penjualan tahun 2016 bulan Januari hingga Oktober yaitu sebesar Rp 1.955.000.000, jumlah

target tersebut belum seluruhnya target tahun 2016 karena data yang tersedia tahun 2016 hanya sepuluh bulan terakhir.

Berdasarkan data diatas, tahun 2013 Hardware dapat mencapai target penjualan, sedangkan tahun 2014 dan 2015 Hardware tidak mencapai target penjualannya. Tahun 2014 Hardware mengalami peningkatan penjualan, sedangkan tahun 2015 Hardware mengalami penurunan penjualan. Data tersebut dapat dilihat dalam grafik sebagai berikut.

Gambar 1.1
Grafik Target dan Omset Penjualan Store Hardware Paragon Mall Semarang



Sumber: Data Penjualan Hardware Paragon Mall Semarang 2016.

Berdasarkan gambar 1.1 tahun 2013 Hardware mencapai target penjualan, tahun 2014 dan 2015 Hardware tidak mencapai target penjualan. Tahun 2014 Hardware mengalami peningkatan penjualan dan tahun 2015 mengalami penurunan penjualan.

Tahun 2016 hanya tersedia bulan Januari hingga Oktober. Hal ini perlu diperhatikan oleh perusahaan, karena angka penurunan cukup tinggi.

Penurunan penjualan Hardware dapat disebabkan oleh faktor menurunnya minat beli konsumen. Menurut Engel, *et al* (2005) minat beli merupakan unsur pendorong atau intrinsik dari konsumen terhadap suatu produk. Hardware harus mampu menetapkan strategi untuk meningkatkan minat beli konsumen, agar produk Hardware dapat bersaing dengan pesaingnya. Minat beli dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti yang diungkapkan oleh Natalia (2010) dan Tio (2016) bahwa minat beli di pengaruhi oleh kualitas produk, desain produk, promosi, dan persepsi harga.

Hardware memiliki kualitas produk yang cukup tinggi. Bahan dari kaos atau *T-shirt*, kemeja, jaket, dan *jeans* atau celana yang cukup nyaman untuk dikenakan sehari-hari. Bahan kaosnya mudah untuk menyerap keringat dan tidak panas jika dikenakan. Namun, terdapat beberapa produk yang bahannya kurang nyaman jika dikenakan, seperti bahan celana kulot dan kaos yang kurang tebal sehingga jika dipakai kurang nyaman. Kualitas produk menurut Joel, *et al* (2014) berpengaruh positif terhadap minat beli.

Selain kualitas produk, Hardware sangat *up-to-date* terhadap model *fashion* yang berkembang saat ini. Hal ini berkaitan dengan desain produk Hardware yang sangat terlihat jelas bahwa segmen pasarnya ditujukan untuk kalangan muda yang memperhatikan *style*. Desain produk Hardware lebih mengarah pada model *streetwear* dan *casual*, selain itu desain produknya sesuai dengan karakteristik Luna Maya dan

Michelle Ziudith. Menurut *website femaledaily.com* karena desain produk di sesuaikan dengan selebritis tersebut, tidak sedikit ukuran produk LM for Hardware yang kurang pas atau tidak sesuai dengan masyarakat Indonesia. Umumnya wanita Indonesia memiliki tinggi badan di bawah 165 cm, sedangkan jika produk disesuaikan dengan ukuran aktris yang juga sebagai model dengan tinggi 165 cm, pantas saja bila banyak konsumen yang mengeluhkan mengenai ukuran baju atau celana Hardware. Hal tersebut dapat menurunkan minat beli konsumen terhadap Hardware karena tidak ada ukuran untuk wanita pada umumnya. Menurut Tio (2016) desain produk berpengaruh positif terhadap minat beli.

Promosi merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan untuk menentukan strategi bisnis agar dapat bersaing dengan produk pesaing. Promosi juga adalah salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat beli, seperti penelitian yang di kemukakan oleh Mariani, *et al* (2013) bahwa promosi berpengaruh terhadap minat beli. Hardware melakukan promosi dan menjual produk secara *online* melalui berbagai macam media sosial, seperti *Instagram, Facebook, Twitter, dan Youtube*. Dilihat dari *Youtube channel* yaitu *Fashion Channel Milano*, Hardware mengikuti *event* Jakarta *Fashion Week* 2014 dengan menggandeng beberapa artis terkenal, seperti Jessica Iskandar, Al Ghazali, Ashraf Sinclair, Ayu Dewi, dan beberapa model lainnya untuk memperagakan busana dari Hardware. Strategi lain yang digunakan Hardware adalah menggandeng Luna Maya dan Michelle Ziudith sebagai *brand ambassador*, karena dua artis tersebut merupakan artis yang terkenal di Indonesia. Promosi penjualan yang lakukan Hardware yaitu setiap *weekend* atau hari-hari besar lainnya, Hardware

memberikan diskon 15% hingga 70% untuk setiap produknya. Hal ini dilakukan untuk menarik perhatian konsumen dan minat beli konsumen. Walaupun *brand* tersebut sudah menggandeng beberapa artis terkenal, tapi masih banyak sebagian masyarakat yang belum mengetahui Hardware. Hal ini bisa disebabkan karena kurang gencarnya promosi yang dilakukan oleh Hardware.

Harga juga merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat beli. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Sundalangi, *et al* (2014) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap minat beli. Harga yang ditetapkan oleh Hardware berkisar antara Rp 50.000 sampai dengan Rp 500.000, harga tersebut merupakan harga yang cukup terjangkau bila dibandingkan dengan harga pesaingnya seperti Gaudi dan Avenue. Strategi harga ini sangat menarik perhatian konsumen, banyak konsumen yang memiliki minat beli tetapi kendala yang sering terjadi adalah pada ukuran produk dan desain produk. Konsumen yang tertarik dengan harga produk Hardware tetapi banyak yang mengeluhkan mengenai ukuran produk, hal tersebut membuat konsumen kecewa dan memutuskan untuk tidak melakukan pembelian karena produk yang diinginkan tidak tersedia. Berikut adalah *research gap* pada penelitian ini:

Tabel 1.2
Research Gap

No.	Nama Penelitti	Judul	Hasil
1.	Suroso (2012)	Analisis Pengaruh Kualitas terhadap Minat Beli Handphone Nokia di Kota Sidoarjo.	Kualitas produk berpengaruh negatif terhadap minat beli.
2.	Greg, <i>et al</i> (2014)	Pengaruh Motivasi, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen Sepeda Motor Matic merek Yamaha Mio di Kota Manado.	Kualitas produk berpengaruh positif terhadap minat beli.
3.	Anwar dan Saino (2013)	Pengaruh Program Promosi Penjualan terhadap Minat Beli Harian <i>Kompas</i> di Surabaya Selatan.	Promosi tidak berpengaruh terhadap minat beli atau berpengaruh negative terhadap minat beli.
4.	Martono dan Iriani (2014)	Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen Produk Batik Sendang Duwur Lamongan.	Promosi berpengaruh positif terhadap minat beli.
5.	Yonathan (2015)	Pengaruh Persepsi Nilai, Persepsi Kualitas, Persepsi Harga, Desain Produk dan Citra Merek terhadap Niat Beli Produk Pakaian Nevada.	Persepsi harga memiliki pengaruh negatif terhadap minat beli.
6.	Tio (2016)	Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Desain Produk, dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli Konsumen Merek Vicious Colony di Warehouse Store Banjarmasin.	Persepsi harga berpengaruh positif terhadap minat beli.

Dari uraian diatas, diketahui adanya penurunan penjualan Hardware yang diduga disebabkan oleh adanya penurunan minat beli konsumen. Kualitas produk, desain produk, promosi & persepsi harga merupakan variabel yang menarik untuk diteliti pengaruhnya terhadap minat beli Hardware. Maka perlu adanya penelitian lebih lanjut yang akan di beri judul “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, Promosi dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli pada Produk Fashion Hardware Semarang”.

1.2. Rumusan Masalah

Permasalahan Hardware yaitu pada tahun 2015 terjadi penurunan penjualan dan tahun 2014 hingga 2015 Hardware tidak mencapai target penjualan. Hal ini diduga karena adanya penurunan minat beli konsumen terhadap Hardware. Menurut *website femaledaily.com* desain produk Hardware disesuaikan dengan selera atau karakteristik dari Luna Maya dan Michelle Ziudith. Hal ini membuat sebagian konsumen tidak tertarik dengan beberapa desain produk karena dianggap terlalu *ngartis* atau *kekinian*. Ukuran produk untuk pria dan wanita Indonesia pada umumnya banyak yang tidak cocok atau tidak pas. Walaupun harganya mudah dijangkau, konsumen akan lebih memilih produk lain yang memiliki ukuran yang pas dan desain yang dirasa cocok dengan karakteristik masyarakat Indonesia. Promosi Hardware juga dianggap kurang gencar, karena masih ada sebagian besar masyarakat yang belum mengetahui akan adanya produk lokal ini.

Berdasarkan uraian latar belakang dan permasalahan tersebut, maka dapat di simpulkan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap minat beli Hardware Semarang?
2. Apakah terdapat pengaruh desain produk terhadap minat beli Hardware Semarang?
3. Apakah terdapat pengaruh promosi terhadap minat beli Hardware Semarang?
4. Apakah terdapat pengaruh persepsi harga terhadap minat beli Hardware Semarang?

1.3. Tujuan dan Manfaat

1.3.1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap minat beli Hardware Semarang.
2. Menganalisis pengaruh desain produk terhadap minat beli Hardware Semarang.
3. Menganalisis pengaruh promosi terhadap minat beli Hardware Semarang.
4. Menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap minat beli Hardware Semarang.

1.3.2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan beberapa manfaat, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan memberikan manfaat dan referensi dalam bidang ilmu pemasaran, khususnya yang berhubungan dengan kualitas produk, desain produk, promosi dan persepsi harga, serta minat beli.

2. Manfaat Praktis

Bagi masyarakat atau konsumen, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai kualitas produk, desain produk, promosi dan persepsi harga pada produk fashion Hardware. Bagi perusahaan, penelitian ini di harapkan dapat memberikan informasi dan menjadi acuan untuk menetapkan strategi pemasaran.

1.4. Sitematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab 1 akan diuraikan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian baik secara teoritis maupun praktis, dan sistematika penulisan.

BAB II : TELAAH PUSTAKA

Dalam bab ini akan di jelaskan mengenai landasan teori dan penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, serta hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab III ini berisi tentang variabel penelitian dan definisi operasional variabel, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis.

BAB VI : HASIL DAN ANALISIS

Bab VI ini akan menjelaskan hasil dari penelitian yang telah dilakukan. Dalam bab ini akan diuraikan mengenai deskripsi objek penelitian, analisis data, dan interpretasi hasil.

BAB V : PENUTUP

Dalam bagian bab akhir ini berisi tentang simpulan dari penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran untuk pihak yang terkait dengan penelitian.