

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK,
HARGA, DESAIN PRODUK DAN WORD OF
MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA PRODUK SARUNG TINJU
MEREK “AN-DA” DI JAWA TENGAH**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun Oleh :

**FAISAL FIRDAUS
NIM. 12010112110243**

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

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Faisal Firdaus
Nomor Induk Mahasiswa : 12010112110243
Fakultas / Jurusan : Ekonomika dan Bisnis / Manajemen
Judul Skripsi : **Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Desain Produk, dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Sarung Tinju merek “AN-DA” Di Jawa Tengah.**
Dosen Pembimbing : Drs. Budi Sudaryanto, S.E., MT.

Semarang, 26 April 2017

Dosen Pembimbing

(Drs. Budi Sudaryanto, S.E., MT.)

NIP. 19580520 198503 1004

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Faisal Firdaus
Nomor Induk Mahasiswa : 12010112110243
Fakultas / Jurusan : Ekonomika dan Bisnis / Manajemen
Judul Skripsi : **Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Desain Produk, dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Sarung Tinju merek “AN-DA” Di Jawa Tengah.**
Dosen Pembimbing : Drs. Budi Sudaryanto, S.E., MT.

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal

Tim Penguji

1. Drs. Budi Sudaryanto, SE., MT. (.....)
2. Drs. Bambang Munas Dwiyanto, SE, MM, DipCom. (.....)
3. Dr. H. Susilo Toto Rahardjo, SE., MT (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini saya, Faisal Firdaus, menyatakan bahwa skripsi dengan judul : **Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Desain Produk, dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Sarung Tinju merek “AN-DA” Di Jawa Tengah.** adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau symbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulisan lain, yang saya akui seolah-olah sebagian 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 diatas, 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, 26 September 2016

Yang membuat pernyataan,

(Faisal Firdaus)

NIM. 12010112110243

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of product quality, price, product design, and word of mouth of AN-DA boxing gloves purchase decision in Central Java. Product quality, price, product design, and word of mouth are matters that are considered before buying a pair of boxing gloves and are providing value to customers in choosing boxing gloves that have become the needs for athletes in Central Java.

Sampling method used in this study is purposive sampling. Data were collected from 100 respondents who have met the criteria of ever purchasing and using AN-DA boxing gloves and are domiciled in Central Java. The analytical methods used in this study include validity test, reliability test, classic assumption test, multiple linear regression analysis, coefficient determination test, F test and t test using IBM SPSS Statistics version 24.

The results show that the variables of product quality, price, product design, and word of mouth have positive and significant impact on purchase decision by the regression equation $Y = 0.295 X_1 + 0.238 X_2 + 0.276 X_3 + 0.198 X_4$. Four independent variables are contributing 66.2% to the purchase decision. While the remaining 33.8% is influenced by other variables outside of this study.

Keywords: product quality, price, product design, and word of mouth, purchase decision

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas produk, harga, desain produk, dan word of mouth terhadap keputusan pembelian sarung tinju merek AN-DA di provinsi Jawa Tengah. Kualitas produk, harga, desain produk, dan word of mouth merupakan suatu hal yang menjadi pertimbangan dan memberikan nilai tersendiri bagi konsumen dalam memilih suatu produk sarung tinju yang menjadi kebutuhan seorang atlet atau penggunanya di provinsi Jawa Tengah.

Purposive sampling digunakan untuk pengambilan sampel. Data dikumpulkan dari 100 responden yang dipilih menggunakan pertimbangan yaitu harus memenuhi kriteria pernah membeli dan menggunakan produk sarung tinju merek AN-DA dan berdomisili di Provinsi Jawa Tengah. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji koefisien determinasi, serta uji F dan uji t dengan program SPSS versi 24.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, harga, desain produk, dan word of mouth berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan persamaan regresi $Y = 0,295 X_1 + 0,238 X_2 + 0,276 X_3 + 0,198 X_4$. Ketiga variabel independen tersebut memberikan kontribusi sebesar 66,2% terhadap keputusan pembelian. Sedangkan sisanya sebesar 33,8% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain di luar penelitian ini.

Kata kunci : *kualitas produk, harga, desain produk, word of mouth, keputusan pembelian*

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Tuhanmu tidak meninggalkan engkau dan tidak membencimu, dan sungguh yang
kemudian itu lebih baik dari pada yang permulaan”

(Ad Duha, 3-4)

“ Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan, sesungguhnya bersama
kesulitan ada kemudahan”

(Asy Syarh, 5-6)

“And life passes you by, don't be wasting your time on your own”

(Kodaline)

Skripsi ini kupersembahkan untuk :

Allah S.W.T

Ibu dan Bapak tercinta

Kakak-kakak tersayang

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim,

Alhamdulillah rabbil'alamin, puji syukur ke hadirat Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya serta memberikan kemudahan dan kekuatan bagi penulis sehingga penelitian dan penulisan skripsi dengan judul **“Analisis pengaruh Kualitas Produk, Harga, Desain Produk, dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Sarung Tinju Merek AN-DA”** ini dapat diselesaikan dengan baik. Skripsi ini ditulis sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjan (S1) pada Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro Semarang.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin dapat terselesaikan dengan baik tanpa dukungan, bimbingan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak selama penulisan skripsi ini berlangsung. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa hormat dan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT atas limpahan ridha dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan program Sarjana (S1) pada Jurusan manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro.
2. Kedua orang tua tercinta, Bapak Sudarsono dan Ibu Pertiwi Riyanti, serta kakak-kakak tersayang, Hilmi Wibisono, Ayu Santika, dan Farda Mujahidin, yang selalu menyayangi, memberikan doa, dukungan, semangat, dan motivasi serta cinta bagi penulis.
3. Nenek dan Kakek yang selalu mendukung dan mendoakan cucunya lewat telepon agar menjadi anak yang berbakti kepada orang tua.

4. Bapak Dr. Suharnomo, S.E.,M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro beserta seluruh staf pengajar yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang berguna.
5. Bapak Dr. Harjum Muharam, S.E., M.E. selaku Kepala Departemen Manajemen Fakultas Ekonomika dan bisnis Universitas Diponegoro selama menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
6. Bapak Drs. Sutopo, M.S sebagai Dosen wali yang telah membina selama menjadi mahasiswa di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
7. Bapak Drs. Budi Sudaryanto, S.E., MT. sebagai Dosen pembimbing skripsi yang telah membina selama menjadi mahasiswa di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
8. Jessica Rissa Catherine yang memberikan semangat setiap saat, yang selalu memberi warna hari-hari penulis, dan memberikan perhatian serta kasih sayangnya.
9. Sahabat-sahabat RHM terbaik, Akhkim, Alfian, Andre, Andri, Arindra, Baharudin, Bayu, Dian, Rizky, Guntur, Dinka, Parenda, Neisyia, Reza , Rheza, Wildan, Shindi, Wisnu yang selalu menemani dari awal kuliah hingga selesai dan selamanya.
10. Keluarga Besar Basket UPK Ekonomi dan Bisnis Bima Wilulangit, Bayu Tri Nugroho, Dinka Syafiq, Parenda Rizky, Valentina Elizabeth, Yudhistira Dwica, Rifqi Abdi, Yanuar Sidik, Al Kindi dan yang lainnya yang telah memberikan banyak warna dalam karir basket dimasa mahasiswa.

11. Keluarga Besar Basket UKM Universitas Diponegoro Gogor Gubah, Eko Widodo, Topas Segoro, Yalla Leiden dan Saifullah yang memotivasi penulis untuk terus berusaha.
12. Federika Bella sahabat basket sejak bangku SMP hingga sekarang yang selalu ada disaat penulis membutuhkan.
13. Ekky Deskiansyah sahabat disaat senang dan susah yang memberikan doa serta dorongan bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi.
14. Sahabat-sahabat KKN Tim I Tahun 2015 Desa Bandungharjo, Anto, Enggar, Rifqi, Adit, Agung, Galan, Arifin, Daus, Intan, Riska, Shelby, Puji, Vini, Arda, dan Alfu yang mengajarkan arti berbagi, toleransi, susah, senang semasa KKN.
15. Para Responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
ABSTRATCT	v
ABSTRAK	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	11
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	12
1.3.1. Tujuan Penelitian	12
1.3.2. Manfaat Penelitian	12
1.4. Sistematika Penulisan	13
BAB II TELAAH PUSTAKA	15
2.1. Landasan Teori.....	15
2.1.1. Keputusan Pembelian.....	15
2.1.2. Kualitas Produk.....	18
2.1.2.1. Hubungan antara Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian.....	20
2.1.3. Harga	20
2.1.3.1. Hubungan antara Harga dengan Keputusan Pembelian.....	22
2.1.4. Desain Produk	23
2.1.4.1. Hubungan antara Desain Produk dengan Keputusan Pembelian	25
2.1.5. Word of Mouth.....	25
2.1.5.1. Hubungan antara Word of Mouth dengan Keputusan Pembelian.....	26
2.2. Penelitian Terdahulu	27
2.3. Kerangka Pemikiran Teoritis	30
2.4. Hipotesis.....	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	33
3.1. Variabel Penelitian dan Definisi Oprasional Variabel	33
3.1.1. Variabel Penenlitian	33
3.1.2. Definisi Operasional Variabel.....	34

3.2. Penentuan Populasi dan Sampel.....	36
3.2.1. Populasi	36
3.2.2. Sampel.....	37
3.2.2.1. Penentuan Sampel	37
3.3. Jenis dan Sumber Data	38
3.3.1. Data Primer	38
3.3.2. Data Sekunder	39
3.4. Metode Pengumpulan Data	39
3.5. Metode Analisis Data.....	40
3.5.1. Uji Validitas	40
3.5.2. Uji Reliabilitas	41
3.6. Uji Asumsi Klasik.....	41
3.6.1. Uji Multikolinieritas.....	41
3.6.2. Uji Heterokedastisitas	42
3.6.3. Uji Normalitas.....	42
3.7. Analisis Regresi Linear Berganda.....	42
3.8. Uji Hipotesis	43
3.8.1. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t).....	43
3.8.2. Uji Kelayakan Model (Uji f).....	44
3.8.3. Uji Koefisien Determinasi.....	45
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	46
4.2. Gambaran Umum Responden	47
4.3. Analisis Deskripsi Variabel.....	50
4.3.1. Analisis Deskripsi Variabel Kualitas Produk.....	51
4.3.2. Analisis Deskripsi Variabel Harga.....	53
4.3.3. Analisis Deskripsi Variabel Desain Produk.....	55
4.3.4. Analisis Deskripsi Variabel Word of Mouth	57
4.3.5. Analisis Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian.....	59
4.4 . Analisis Data	61
4.4.1. Uji Instrumen Data.....	61
4.4.1.1. Uji Validitas	61
4.4.1.2. Uji Reliabilitas	62
4.4.2. Uji Asumsi Klasik.....	63
4.4.2.1. Uji Normalitas	63
4.4.2.2. Uji Multikolinearitas	65
4.4.2.3. Uji Heterokedastisitas	66
4.4.3. Analisis Regresi Linear Berganda.....	67
4.4.4. Uji Goodnes of Fit.....	69
4.4.4.1. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t).....	69

4.4.4.2. Uji Kelayakan Model (Uji f).....	71
4.4.4.3. Koefisien Determinasi.....	72
4.5. Pembahasan.....	73
BAB V PENUTUP	79
5.1. Kesimpulan	79
5.2. Keterbatasan Penelitian.....	81
5.3. Saran.....	82
5.3.1. Saran Untuk " AN-DA"	82
5.3.2. Saran Untuk Penelitian Mendatang.....	84
DAFTAR PUSTAKA	86

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan CV Anda Prima Periode 2012-2015 per Tahun.....	4
Tabel 1.2 Daftar Harga Sarung Tinju Berbagai Merek.....	5
Tabel 1.3 Data Penjualan Sarung Tinju CV Anda Prima Periode 2012-2015 per Tahun.....	9
Tabel 1.4 Data Penjualan Sarung Tinju CV Anda Prima Tia Tipe Periode 2012-2015 per Tahun	10
Tabel 2.1 Tahap Keputusan Pembelian.....	16
Tabel 3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	34
Tabel 4.1 Crosstabulation Jenis Kelamin, Usia, dan Pendidikan.....	48
Tabel 4.2 Crosstabulation Jenis Kelamin, Usia, dan Pendapatan	49
Tabel 4.3 Nilai Indeks Variabel Kualitas Produk	51
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Variabel Kualitas Produk	53
Tabel 4.5 Nilai Indeks Variabel Harga	53
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Variabel Harga.....	55
Tabel 4.7 Nilai Indeks Variabel Desain Produk.....	55
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Variabel Desain Produk.....	57
Tabel 4.9 Nilai Indeks Variabel Word of Mouth	57
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Variabel Word of Mouth	59
Tabel 4.11 Nilai Indeks Variabel Keputusan Pembelian	59
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Variabel Keputusan Pmebelian	61
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas.....	62
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas	63
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas.....	66
Tabel 4.16 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	68
Tabel 4.17 Hasil Uji Signifikansi Parameter (Uji t).....	70
Tabel 4.18 Hasil Uji Kelayakan Model (Uji f)	72
Tabel 4.19 Hasil Koefisien Determinasi	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	29
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas dengan Histogram	58
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas dengan Normal P-Plot.....	59
Gambar 4.3 Hasil Uji Heterokedastisitas	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Kuesioner Penelitian.....	88
Lampiran B Uji Instrumen Data.....	97
Lampiran C Uji Asumsi Klasik.....	107
Lampiran D Analisis Regresi Linear Berganda	105
Lampiran E Uji Goddnes of Fit.....	107
Lampiran F Tabulasi Data Penelitian.....	109

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era modern sekarang ini, di mana banyak hal yang serba dilakukan dengan instan dan membuat sesuatunya terlihat lebih mudah. Seperti banyak berkembangnya makanan – makanan instan (*fast food*) dan berkembang pula restoran cepat saji. Pada bidang transportasi rata – rata setiap keluarga memiliki paling tidak satu kendaraan bermotor bahkan ada 3 hingga 5 motor belum lagi dengan mobil keluarga yang dimiliki. Hal ini dilakukan oleh orang – orang agar semuanya dapat dilakukan dengan instan dan mudah.

Fenomena modernisasi di abad ke 21 yang semakin berkembang pesat ini membuat beberapa golongan orang menggunakannya dengan tidak bijak sehingga berdampak buruk bagi kesehatan orang tersebut. Kesibukan orang – orang saat ini semakin tinggi sehingga membuat seseorang biasanya cenderung memilih hal yang dapat dilakukan dengan cara instan, seperti mengonsumsi makanan dan minuman instan. Dalam transportasi memilih transportasi yang cenderung pasif duduk.

Hal – hal tersebut membuat seseorang dengan aktivitas tinggi lupa akan kesehatannya dan ketika memiliki waktu luang digunakan untuk istirahat dan tidur. Dilansir oleh www.bbc.com, indonesia menempati urutan ke 10 angka dimana penduduknya dengan tingkat obesitas tertinggi. Dengan melihat fenomena berikut pelaku usaha melihat banyak peluang pada masalah yang terjadi tersebut.

Seiring dengan perkembangan bisnis di era saat ini para pelaku usaha khususnya dalam bidang industri olahraga berpengaruh pula pada pola perilaku konsumen di Indonesia. Menurut Swastha dan Handoko (2008) perilaku konsumen merupakan aktivitas kegiatan perorangan yang sekaligus terlibat dalam mendapatkan barang dan jasa termasuk dalam pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan tersebut. Sementara menurut Kotler dan Armstrong (2002) perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Perubahan perilaku konsumen kepada pola hidup yang lebih sehat menular dari kalangan menengah bawah hingga menengah atas.

Semakin banyak bermunculan usaha dalam bidang olahraga dan kesehatan. Di Indonesia seperti berkembangnya merek NIKE, TWINS, ADIDAS, ROX, dll, sangat sering dikaitkan dengan sadarnya kembali masyarakat akan kesehatan. Muncul pemikiran-pemikiran yang bertujuan untuk kesehatan seperti aturan CFD (*car free day*) di banyak kota di Indonesia, Muncul organisasi dan komunitas lari pagi, lari malam dan masih banyak lagi. Bahkan sekarang hidup sehat dengan berolahraga dan mengonsumsi makanan yang bergizi menjadi sangat banyak di tekuni oleh masyarakat walaupun dengan kesibukan yang tinggi. Saat ini “*Stay Sport and Eat Clean*” adalah dambaan masyarakat perkotaan.

Perubahan pola perilaku konsumen tersebut dapat merubah pola pemikiran yang menginginkan hal instan ini menjadi kearah yang lebih sehat untuk dilakukan, lebih memilih makanan sehat seperti sayur, buah dan menghindari *junk*

food yang cenderung memiliki kolesterol tinggi, memilih melakukan olahraga di hari libur dari pada istirahat tidur di rumah. Menanggapi hal ini pelaku usaha di industri olahraga semakin mengembangkan produknya bukan hanya pada manfaat namun design dan karakteristik dari merek itu sendiri. Design yang unik, dan nyaman digunakan serta harga yang relatif terjangkau akan sangat diminati oleh konsumen. Contohnya saja seperti sarung tinju umumnya yang digunakan berwarna merah dan biru namun jika sarung tinju berwarna merah muda sarung tinju ini juga akan diminati oleh kaum wanita yang ingin sekedar berlatih bela diri yang menggunakan sarung tinju.

CV. Anda Prima merupakan badan usaha yang bergerak pada bidang olahraga yang berlokasi di kecamatan Pedurungan Semarang sejak tahun 2006. Direktur CV. Anda prima Drs. Sudarsono memulai awal usaha ini dengan memproduksi beberapa alat-alat yang digunakan untuk olahraga beladiri tinju. Pembuatan *Glove*, *Punching Pad*, dan *Sandsack* adalah produk-produk utama pada saat itu dan mematenkan “ANDA FIGHTING” sebagai nama merek. Drs. Sudarsono yang menjabat pula pada organisasi pemerintahan di DINPORA dan KONI memiliki keuntungan dalam hal memasarkan produk – produk ANDA. Salah satu strategi pemasaran yang di lakukan untuk memperoleh pasar untuk barang produksinya yaitu melalui kolega pada bidang olahraga yang ada di pemerintahan.

Seiring dengan berjalanya waktu, CV Anda Prima melakukan pengembangan produk di sektor kualitas dan design produk yang dimiliki. Untuk mengikuti perkembangan zaman dan keinginan dari para konsumen, CV Anda

Prima memproduksi produk yang dapat menarik minat pelanggan untuk membuka peluang pasar baru. Dan terbukti dengan membuat sebuah produk dengan design dan kualitas yang semakin baik yang biasanya melayani dari kolega pada pemerintahan. CV Anda Prima mulai banyak melayani untuk Sasana Tinju dan Sasana Wushu sekitar Jawa Tengah serta pembeli umum dan berkembang hingga sekarang.

Semakin tingginya minat orang pada bidang olahraga CV. Anda Prima selaku pengusaha yang melihat peluang usaha mencoba memanfaatkan fenomena tersebut, namun bertumbuhnya merek-merek internasional seperti ROX dan ADIDAS tentunya berimbas pada pelaku bisnis menengah yang ingin mengembangkan produknya seperti Produk yang dimiliki CV. Anda Prima.

Tabel 1.1
Data Penjualan CV Anda Prima
Periode 2012 – 2015 per Tahun

Tahun	Penjualan	Margin
2012	1.557.100.000	
2013	1.508.460.000	-48.640.000
2014	1.073.658.000	-434.802.000
2015	978.530.000	-95.128.000

Sumber : CV. Anda Prima Tahun 2012 – 2015 (Telah diolah Untuk

Penelitian ini, 2016)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa omset penjualan dari CV Anda Prima mengalami penurunan yang konstan dari tahun ke tahun. Pada tahun

2012 omset penjualan hingga Rp. 1.557.100.000 namun di Tahun 2013 mengalami penurunan sebesar Rp. 48.640.000 sehingga penjualan di tahun 2013 menjadi Rp. 1.508.460.000. Pada tahun 2014 pun mengalami penurunan yang cukup drastis hingga angka Rp. 434.802.000 sehingga penjualan Tahun 2014 sebesar Rp. 1.073.658.000 serta di tahun 2015 mengalami penurunan sebesar Rp. 95.128.000 sehingga di Tahun 2015 jumlah penjualan menurun menjadi Rp. 978.530.000.

Kondisi penurunan tersebut terjadi disebabkan karna adanya faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada tiap – tiap konsumen terhadap pembelian produk dari Anda Prima. Semakin banyak dan berkembang produk – produk sejenis, merek – merek internasional yang masuk ke Indonesia seperti TWINS, ADIDAS, EVERLAST , dll, menjadi salah satu faktor yang menyebabkan hal yang mempengaruhi keputusan pembelian pada konsumen. Pola perilaku dari konsumen yang mulai berubah mengacu pada fashion dan gaya (*style*)

Tabel 1.2
Daftar Harga Sarung Tinju Berbagai Merek

MEREK	HARGA
ROX	1.186.000
ADIDAS	1.350.000
TWINS	858.000
EVERLAST	695.000
ANDA	650.000

Sumber : weshop.co.id

Pada usaha industri menengah harga sangat akan berpengaruh pada produk yang menjadi salah satu indikator dari keputusan pembelian seorang konsumen. Menurut Tjiptono (2008) harga adalah hukum moneter yang dapat ditukarkan

untuk mendapatkan hak atas suatu barang atau pemakaian layanan jasa. Sebuah barang atau jasa dapat dikatakan murah atau mahal memang tergantung dari per individu atau relatif. Namun barang yang sama dengan fungsi kegunaan yang sama juga dapat dibandingkan pula harganya. Misalnya dengan kasus barang dan fungsi yang sama, barang A memiliki harga Rp 2.000.000 dan barang B memiliki harga Rp. 1.500.000 , dapat disimpulkan bahwa barang B lebih murah dari pada barang A terlepas dari kualitas yang dimiliki oleh barang tersebut.

Dalam Tabel 1.2 Bisa dilihat bahwa harga dari produk sarung tinju (*Glove*) merek ANDA FIGHTING lebih murah dibandingkan dengan beberapa merek yang ada. Menurut Erdiana (2015) Harga sangat signifikan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen . Pernyataan ini juga didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kurniasari (2013) bahwa Harga juga signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Harga juga memiliki 2 perananan penting, Yang pertama peran alokasi yaitu bahwa harga akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen akan *budget* yang konsumen miliki. Karena konsumen juga akan tahu produk dan merek apa yang sesuai dengan *budget* konsumen itu sendiri. Yang kedua peran informasi harga yang berfungsi mendidik konsumen akan kualitas produk tersebut (Tjiptono, 2008).

Selain harga, faktor yang mempengaruhi juga dari segi kualitas produk itu sendiri. Kualitas akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Menurut Kusumo (2013) dalam penelitiannya, Kualitas sangat signifikan berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen. Pernyataan ini di dukung pula oleh peneliti lain bahwa kualitas produk sangat signifikan berpengaruh terhadap keputusan

pembelian konsumen (Margiyanto, 2013) . Kualitas yang baik akan membuat konsumen lebih percaya pada produk – produk yang dibelinya.

Kualitas memang suatu yang susah untuk diklasifikasi bahwa suatu kualitas itu buruk atau baik karena setiap orang memiliki standart kualitas yang berbeda – beda. Dan begitu juga perusahaan sudah menentukan kualitas atau standart yang ditentukan sendiri. Maka bisa diartikan bahwa kualitas produk merupakan produk yang memiliki standart sesuai individu yang menilai pada produk tersebut. Untuk beberapa produk sekarang di dalam pengiklanan atau brosur akan menyertakan standart kualitas yang menjadi batasan perusahaan agar konsumen lebih mudah menilainya, Seperti bahan baku apa yang digunakan ukuran produk, berat dan lain lain. Penjelasan dari produk ini akan memudahkan antara penjual dan pembeli memiliki standart kualitas yang sama.

Kualitas produk adalah sesuatu yang sering di perhatikan oleh konsumen ketika ingin membeli atau menggunakan suatu produk. Kualitas produk memiliki peran penting dalam mempengaruhi suatu keputusan konsumen. Kualitas yang baik biasanya lebih diminati oleh para konsumen dan sebagai alat perbandingan untuk pertimbangan selanjutnya, maka dari itu kualitas produk biasanya sangat diutamakan oleh perusahaan menarik pelanggan baru dan memutuskan memilih produk dari perusahaan itu. Dalam merek “ ANDA ” Kualitas produk merupakan salah satu faktor penting dalam mendapatkan pelanggan baru serta pelanggan lama agar tetap memutuskan memilih produk “ ANDA “ sebagai pilihan utama.

Seorang calon pembeli yang cerdas biasanya menggali informasi tidak hanya dari pihak penjual saja, karena memiliki indikasi untuk tetap membuat

seorang tetap menarik di balik kekurangan pada suatu produk. Untuk menghindari kekecewaan atas pembelian calon konsumen ini akan bertanya pada konsumen lain yang sudah pernah memakai produk tersebut. Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian yang menunjukkan bahwa word of mouth signifikan berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen (Hidayati, 2014). Menurut Fadhila, 2013 juga menuturkan dalam penelitiannya bahwa word of mouth signifikan berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen. Dan kecepatan word of mouth ini susah dikendalikan oleh penjual atau penyedia barang dan jasa, karena word of mouth dilakukan oleh konsumen sendiri kepada konsumen lainnya.

Di era ini kreativitas, keunikan, dan differensiasi merupakan hal yang dicari oleh orang, beberapa orang menginginkan memiliki tampilan yang beda dari orang lain. Beberapa individu mencari gaya atau *style* tersendiri bagi dirinya dalam banyak hal, misalnya berpakaian, atau produk yang pakai, warna dan masih banyak lagi. Hal ini sering dikaitkan oleh desain yang memiliki karakteristik sebagai kreativitas keunikan dan pembeda atau sering disebut differensiasi dari produk itu sendiri. Perilaku konsumen ini yang membuat keunikan desain semakin dicari, bahkan untuk barang yang memiliki fungsi yang sama. Contoh, untuk sepatu yang fungsi dan bentuknya sama seseorang kadang menginginkan warna yang berbeda pula sesuai dengan apa yang dia suka.

Desain juga sebagai salah satu faktor penentu keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk. Menurut Latifah (2013), dalam penelitiannya menunjukkan bahwa desain signifikan berpengaruh positif terhadap keputusan dari

konsumen. Penelitian ini juga didukung oleh penelitian lain bahwa desain signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen (Farhan, 2015).

Keputusan konsumen adalah faktor yang berpengaruh langsung terhadap omset atau penjualan dari suatu perusahaan. Penurunan omset ini pula yang menunjukkan bahwa faktor eksternal yaitu keputusan pembelian konsumen semakin naik atau menurun terhadap suatu produk. Dalam kasus pada merek sarung tinju “ ANDA ” dalam omset atau penjualan yang sudah ada pada tabel 1.1 menunjukkan bahwa keputusan konsumen untuk membeli produk juga mengalami penurunan.

Pada perusahaan C.V ANDA PRIMA sarung tinju merupakan suatu produk unggulan atau andalan yang sebagian besar dari penjualan adalah hasil dari penjualan sarung tinju. Persentase penjualan sarung tinju lebih besar di bandingkan penjualan produk lain maka dari itu dalam penelitian ini akan ditujukan pada produk sarung tinju. Berikut ini merupakan data penjualan khusus hanya sarung tinju pada merek ANDA :

Tabel 1.3
Data Penjualan Sarung Tinju (*Glove*) CV Anda Prima
Periode 2012 – 2015 per Tahun

Tahun	Jumlah Penjualan
2012	Rp. 840.950.000
2013	Rp. 816.750.000
2014	Rp. 602.800.000
2015	Rp. 453.750.000

Sumber : CV. Anda Prima Tahun 2012 – 2015 (Telah diolah Untuk Penelitian ini, 2016)

Dapat terlihat pada tabel 1.3 dalam periode 2012 hingga 2015 penjualan pada produk sarung tinju semakin menurun setiap tahunnya. Yang sangat terlihat jelas bahwa penurunan dari tahun 2012 ke 2015 hampir mendekati angka 50%. Dan penurunan seperti ini harus segera di selesaikan agar tidak terus berkelanjutan.

Tabel 1.4
Data Penjualan Sarung Tinju (*Glove*) CV Anda Prima Tiap Tipe
Periode 2012 – 2015 per Tahun

TAHUN	JENIS SARUNG TINJU		
	8 oz	10 oz	12 oz
2012	Rp 358.600.000	Rp 396.000.000	Rp 86.350.000
2013	Rp 346.500.000	Rp 378.950.000	Rp 86.350.000
2014	Rp 288.750.000	Rp 283.250.000	Rp 30.800.000
2015	Rp 273.900.000	Rp 165.550.000	Rp 14.300.000

Sumber : CV. Anda Prima Tahun 2012 – 2015 (Telah diolah Untuk Penelitian ini, 2016)

Dapat terlihat dalam semua tipe sarung tinju semua mengalami penurunan yang konstan dan terjadi tiap tahunnya dari tahun 2012 hingga 2015. Jika terus menerus tidak di tangani mungkin akan terjadi lagi pada periode- periode selanjutnya.

Berdasarkan pada penjelasan dan uraian masalah yang ada, Maka Penulis mengajukan sebuah judul penelitian dengan judul “ **Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Desain Produk dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Sarung Tinju Merek ANDA di Jawa Tengah** “.

1.2 Rumusan Masalah

Keputusan Pembelian konsumen pada produk CV. Anda Prima di penharuhi beberapa faktor di antaranya yaitu pada faktor Kualitas Produk, Harga, Design Produk dan Word of Mouth yang di miliki oleh CV. Anda Prima.

Pada tabel 1.2 dapat dilihat yang menunjukan bahwa penjualan CV. Anda Prima mengalami penurunan pada beberapa bulan terakhir yang semakin jauh dari target penjualan CV. Anda Prima. Fenomena kasus yang terjadi pada CV. Anda Prima merupakan penrunan penjualan secara bertahap dan fluktuatif yang di tunjukan dari data pada tahun 2014. Kecenderungan penurunan tiap bulanya membuat CV anda Prima mengevaluasi faktor apa saja yang dapat menaikan penjualnya kembali.

Harga produk yang di jual. Kualitas yang sudah di dijadikan standart serta Design produk merupakan pertimbangan utama bagi CV. Anda Prima. Di karenakan selama ini direktur Anda Prima merasa keempat faktor ini yang membuat penjualan sebelumnya meningkat. Karena jika penurunan ini tidak segera di atasi akan berdampak buruk pada kelanjutan CV Anda Prima sebagai usaha mengah kebawah ini. Oleh karena itu penelitian ini inigin mengetahui tentang faktor apa yang dapat mempengaruhi Keputusan Pemebelian agar dapat membuat strategi baru untuk meningkatkan penjualanya kembali.

Berdasarkan Permasalahan yang ada, Maka pertanyaan penelitian ini adalaah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Produk CV. Anda Prima ?

2. Apakah terdapat pengaruh Kualitas terhadap Keputusan Pembelian pada Produk CV. Anda Prima ?
3. Apakah terdapat Pengaruh Kualitas terhadap Keputusan Pembelian pada Produk CV. Anda Prima ?
4. Apakah terdapat pengaruh Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian pada Produk CV. Anda Prima ?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan judul penelitian ini tujuan penelitian ini adalah

1. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada merek produk ANDA.
2. Untuk Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada merek produk ANDA.
3. Untuk menganalisis pengaruh keunikan desain produk terhadap keputusan pembelian pada merek produk ANDA.
4. Untuk menganalisis pengaruh word of mouth terhadap keputusan pembelian pada merek produk ANDA.

1.3 2 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diharapkan dalam penelitian ini adalah :

1. Perusahaan

Hasil penelitian ini bermanfaat sebagai bahan masukan pada CV. Anda Prima sebagai pertimbangan variabel – variabel yang diteliti untuk kebijakan penentuan strategi pemasaran selanjutnya.

2. Universitas

Hasil penelitian ini di harapkan menjadi wawasan dan pengetahuan para peneliti selanjutnya. Serta menjadi bahan referensi bagi perpustakaan Universitas Diponegoro yang di harapkan akan bermanfaat bagi mahasiswa Universitas Diponegoro.

3. Peneliti

Hasil penelitian ini di harapkan dapat menambah ilmu bagi peneliti. Penelitian ini juga di gunakan sebagai bahan pelajaran untuk membandingkan ilmu teori yang di terima pada saat kuliah dengan kenyataan di lapangan.

1.4 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini adalah

BAB I Pendahuluan

Pada bab ini dijelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan kegunaan penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II Tinjauan Pustaka

Pada bab dua ini dijelaskan mengenai landasan teori yang menjelaskan dasar-dasar teori, penelitian terdahulu, kerangka pikir dan hipotesis

BAB III Metodologi Penelitian

Pada bab ini dijelaskan mengenai jenis penelelitian, populasi dan sampel, sumber data, metode pengumpulan data, dan analisis data.

BAB IV Hasil dan Pembahasan

Berisi deskripsi tentang obyek penelitian, analisis data dan pembahasan

BAB V Penutup

Berisi tentang simpulan dan saran.