

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN DESAIN  
PRODUK TERHADAP MINAT BELI SARUNG BATIK  
MADURA  
(Studi Kasus Santri Putri Mahasiswa Di Ponpes Al-Utsmani  
Kajen)**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

**RAHADATUL AISI**

**NIM. 2013116307**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN**

**2021**

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN DESAIN  
PRODUK TERHADAP MINAT BELI SARUNG BATIK  
MADURA  
(Studi Kasus Santri Putri Mahasiswa Di Ponpes Al-Utsmani  
Kajen)**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

**RAHADATUL AISI**

**NIM. 2013116307**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN**

**2021**

## **SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Rahadatul Aisi

NIM : 2013116307

Judul Skripsi : **Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Desain Produk Terhadap Minat Beli Sarung Batik Madura (Studi Kasus Santri Putri Mahasiswi Di Ponpes Al-Utsmani Kajen)**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 15 Oktober 2021



**RAHADATUL AISI**  
**NIM. 2013116307**

**Muhammad Nasrullah S.E.,M.S.I**  
**Jl. Hasyim Asyari No.22**  
**RT 04/RW 02 Kemplong**  
**Kecamatan Wiradesa Kabupaten Pekalongan**

**NOTA PEMBIMBING**

Lamp : 2 (dua) eksemplar  
Hal : Naskah Skripsi  
An. Sdr. Rahadatul Aisi

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
c/q. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah  
di  
Pekalongan

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah kami meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka bersama ini kami kirimkan naskah skripsi saudara:

Nama : Rahadatul Aisi  
NIM : 2013116307  
Judul : “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Desain Produk Terhadap Minat Beli Sarung Batik Madura (Studi Kasus Santri Putri Mahasiswi Di Ponpes Al-Utsmani Kajen)”.

Dengan Ini Kami mohon agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan. Demikian harap menjadi perhatian dan terimakasih.

*Wassalamu'alakum Wr. Wb.*

Pekalongan, 15 Oktober 2021

Pembimbing



**Muhammad Nasrullah S.E.,M.S.I**

NIP. 19801128 200604 1 003



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Pekalongan, [www.febi.iainpekalongan.ac.id](http://www.febi.iainpekalongan.ac.id)

**PENGESAHAN**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan mengesahkan skripsi Saudari:

Nama : **Rahadatul Aisi**

NIM : **2013116307**

Judul Skripsi : **Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Desain Produk Terhadap Minat Beli Sarung Batik Madura (Studi Kasus Santri Putri Mahasiswi Di Ponpes Al-Utsmani Kajen)**

Telah diujikan pada Rabu, 27 Oktober 2021 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Dewan Penguji,

Penguji I

Penguji II

**Dr. Agus Fakhрина, M.S.I**

NIP. 19770123 2003121 001

**Alvita Tyas Dwi Arvani, S.E., M.Si.**

NIP. 198406122019032

Pekalongan, 27 Oktober 2021

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



**Dr. Efi Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H**

NIP. 19750220199903 2 001

## ABSTRAK

### **RAHADATUL AISI. Pengaruh Harga, Kualitas produk dan Desain Produk Terhadap Minat Beli Sarung Batik Madura (Studi Kasus Santri Putri Mahasiswi di Ponpes Al-Utsmani Kajen)**

Sarung menjadi tren bagi santri terutama santri putri, sehingga akan muncul sebuah minat beli terhadap sarung batik dengan memperhatikan berbagai aspek terkait harga, kualitas produk dan desain produk. Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh dari harga, kualitas produk dan desain terhadap minat beli sarung batik Madura di Ponpes Al-Utsmani Kajen.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Subjek penelitian ini adalah santri putri mahasiswi di Ponpes Al-Utsmani Kajen yang mempunyai minat beli sarung batik Madura. Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 95 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan analisis data regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan uji simultan variabel harga, kualitas produk dan desain produk berpengaruh terhadap variabel minat beli dengan hasil uji F sebesar 255,053 dan signifikansi  $0,000 < 0,05$  adapun hasil uji parsial variabel harga sebesar 4,050 dengan signifikansi 0,000, variabel kualitas produk sebesar 7,531 dengan signifikansi 0,000 dan variabel desain produk sebesar 8,754 dengan signifikansi 0,000 artinya berpengaruh terhadap minat beli sarung batik Madura di Ponpes Al-Utsmani Kajen. Koefisien determinasi menunjukkan 0,890 artinya pengaruh variabel yang disebutkan sebesar 89% dan pengaruh lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

**Kata kunci: Harga, Kualitas Produk dan Desain Produk, Minat Beli Sarung Batik Madura.**

## ABSTRACT

### **RAHADATUL AISI. The Influence of Price, Product Quality and Product Design on Interest in Buying Madura Batik Sarongs (Case Study of Female Students at Islamic Boarding School Al-Utsmani Kajen)**

Sarongs are becoming a trend for students, especially female students, so there will be an interest in buying batik sarongs by paying attention to various aspects related to price, product quality and product design. The purpose of the study was to determine the effect of price, product quality and design on interest in buying Madurese batik sarongs at Al-Utsmani Islamic Boarding School Kajen.

This study uses a quantitative approach. The subjects of this study were female students at Ponpes Al-Utsmani Kajen who had an interest in buying Madura batik sarongs. The sampling technique used accidental sampling with a total sample of 95 people. Data collection techniques using questionnaires and multiple linear regression data analysis.

The results showed that the simultaneous test of the price variable, product quality and product design had an effect on the buying interest variable with the F test results of 255,053 and a significance of 0,000 <0,05 while the partial test results of the price variable were 4,050 with a significance of 0,000, the product quality variable was 7,531 with a significance 0,000 and the product design variable is 8.754 with a significance of 0,000 meaning that it affects the interest in buying Madura batik sarongs at Al-Utsmani Islamic Boarding School Kajen. The coefficient of determination shows 0,890, meaning that the influence of the variables mentioned is 89% and other influences that are not mentioned in this study.

**Keywords: Price, Product Quality and Product Design, Interest in Buying Madura Batik Sarongs.**

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang tiada henti-hentinya melimpahkan rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “*Pengaruh Harga, Kualita produk dan Desain Produk Terhadap Minat Beli Sarung Batik Madura (Studi Kasus Santri Putri Ponpes Al-Utsmani Kajen*”. Sholawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW.

Dalam menyusun skripsi ini penulis tidak akan berhasil dan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini dengan tulus hati penulis mengauapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. H.Zaenal Mustakim, M.Ag selaku Rektor IAIN Pekalongan
2. Ibu Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawai, SH., M.H selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan
3. Bapak Aris Syafi’i selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan
4. Bapak Agus Arwani, M.Ag selaku Wali Dosen
5. Bapak Muhammad Nasrullah S.E.,M.Si selaku dosen pembimbing skripsi.
6. Segenap dosen Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan beserta para staf
7. Pengasuh Ponpes Al-Utsmani Kajen, dan para santri yang telah memberi izin serta membantu dalam melakukan penelitian.
8. Orang Tua ku, Ibu Nuryanti dan Bapak Subagyo dan keluargaku yang selalu mendoakan, menyemangati dan memberikan dorongan untuk menyelesaikan skripsi ini
9. Sahabat-sahabatku yang baik selalu memberikan dorongan, motivasi, dan saran dalam proses penulisan skripsi ini
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini

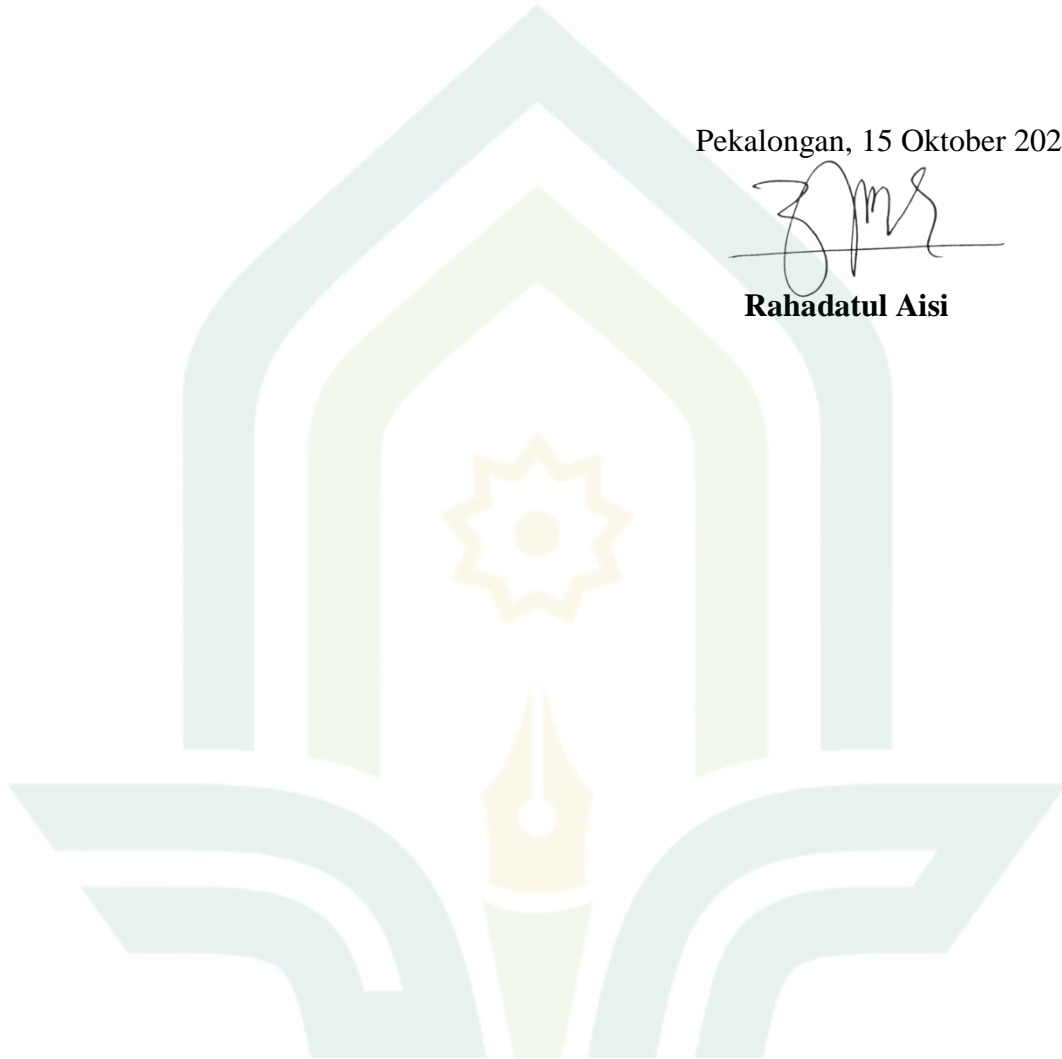


Saya ucapkan terimakasih yang sebanyak-banyaknya yang tidak terukur jumlahnya, Penulis menyadari bahwa Skripsi ini jauh dari kata sempurna. kritik dan saran sangat diharapkan. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan menambah literasi keilmuan.

Pekalongan, 15 Oktober 2021



**Rahadatul Aisi**



## MOTTO

**مَنْ يُرِيدِ اللّٰهَ بِهِ خَيْرًا يُفَقِّهْهُ فِي الدِّينِ**

**“Orang yang dikehendaki oleh Allah sebagai orang baik maka ia dipandaikan oleh-Nya dalam keberagaman”**

**Mimpi hari ini adalah kenyataan di hari esok**

**Apapun hajatmu, sholawatin aja dulu !**

**(Wirda Mansur)**

**Jangan pernah menunggu. Waktu tidak akan pernah tepat.**

**(Napoleon Hill)**

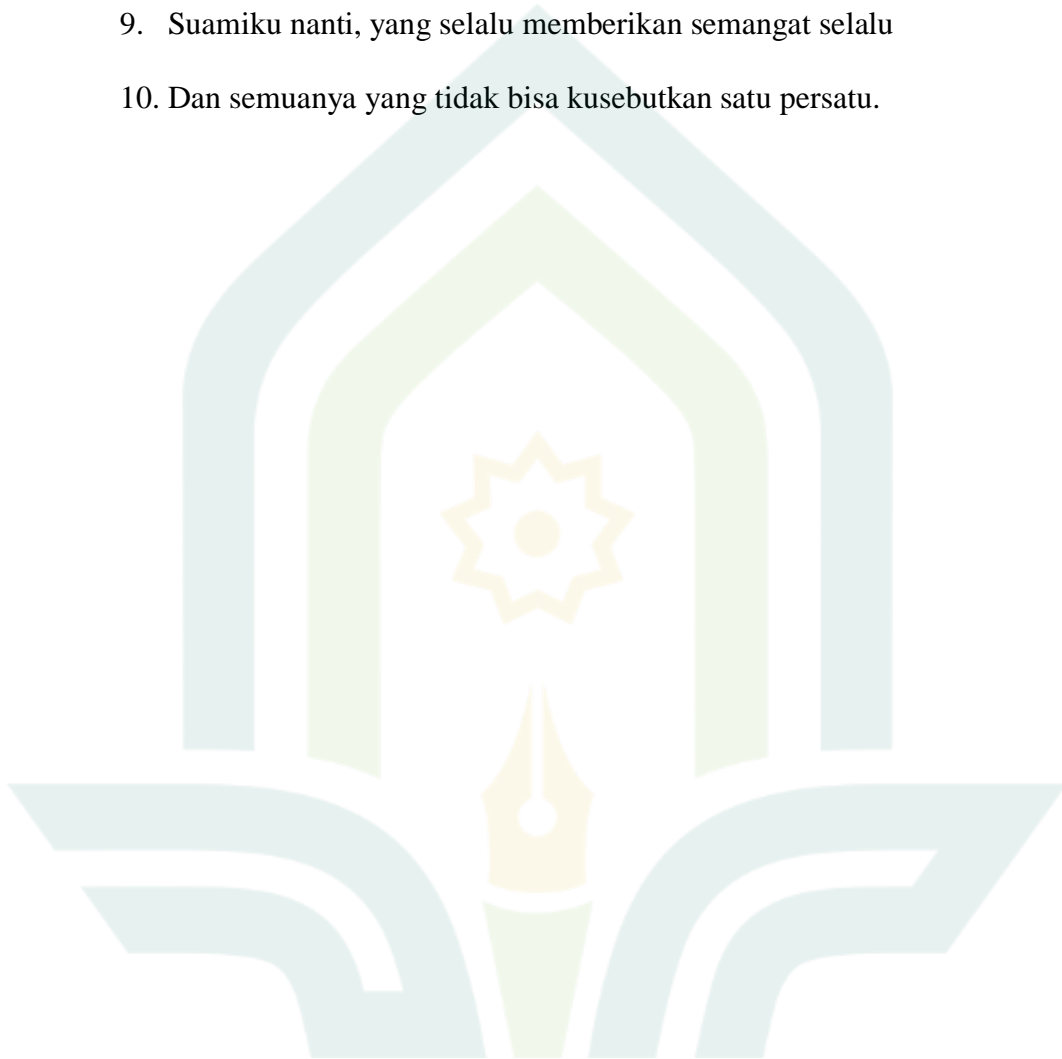
## PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat Allah SWT, atas segala hidayah dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam selalu tetap tercurah kepada baginda Nabi Muhammad SAW hingga nanti kelak di *yaumul akhir*.

Sebagai rasa cinta dan tanda kasih, saya persembahkan skripsi ini kepada:

1. Kedua orang tuaku tercinta, Bapak Subagyo dan ibu Nuryanti sebagai inspirasi dalam hidupku, yang selalu mendukung dari segi moril atau material.
2. Kakakku Nur Santoso dan Amir Mustofa serta adikku Nurul Istiqomah yang selalu memberikan semangat serta doa-doanya untukku.
3. Temanku seperjuangan Sri Septi Laeliah, Lina Fuadiyah dan Sashi Meilina teman seperantauan yang bersedia mendengarkan sambat ku, semangat dan sukses selalu.
4. Keluarga Ekonomi Syariah'16 yang telah mengisi sejarahku di kampus.
5. Para guru-guruku yang luar biasa Pak Azmi, Pak Barok, Pak Taufiq, Pak Zaka yang senantiasa sabar dalam membimbing kaitannya ilmu akhirat, semoga diakui sebagai muridnya.
6. Temanku caca, lili, dan iin teman syawir yang setia menamai sepanjang perjalanan menimba ilmu di Ponpes Al-Utsmani Kajen, semoga mendapatkan ilmu yang barokah.

7. Adik-adikku Risma, Sumi, Irni, Widayah, terimakasih sudah banyak membantu, tetap semangat anggonmu ngaji !
8. Teman-teman lantai 2 Rusunawa Al-Utsmani yang selalu memberikan semangat dan motivasi, sukses untuk kedepannya.
9. Suamiku nanti, yang selalu memberikan semangat selalu
10. Dan semuanya yang tidak bisa kusebutkan satu persatu.



## DAFTAR ISI

<b>JUDUL</b> .....	i
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	ii
<b>NOTA PEMBIMBING</b> .....	iii
<b>PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>MOTTO</b> .....	ix
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	x
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xii
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI</b> .....	xiv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xvii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xviii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xix
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Manfaat Penelitian .....	10
E. Sistematika Penulisan.....	10
<b>BAB II KERANGKA TEORI</b> .....	13
A.Landasan Teori.....	13
1. Minat Beli .....	14
2. Harga .....	17
3. Kualitas Produk .....	22
4. Desain Produk .....	26
B.Tinjauan Pustaka .....	30
C. Kerangka Berpikir .....	35
D. Hipotesis.....	38
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	42
A. Jenis Penelitian .....	42
B Pendekatan Penelitian .....	42
C.Setting Penelitian.....	43
D.Populasi dan Sampel .....	43
E. Variabel Penelitian .....	45
F. Definisi Operasional Variabel .....	45

G. Sumber Data.....	46
H. Teknik Pengumpulan Data.....	47
I. Metode Analisis Data .....	49
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>59</b>
A. Deskripsi Data .....	59
B. Analisis Data .....	62
1. Uji Instrumen.....	62
2. Uji Asumsi Klasik .....	65
3. Analisis Regresi Berganda .....	70
4. Uji Hipotesis.....	72
C. Pembahasan.....	76
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>82</b>
A. Simpulan .....	82
B. Saran.....	83
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>84</b>
<b>LAMPIRAN</b>	
Lampiran 1 .....	I
Lampiran 2 .....	VI
Lampiran 3 .....	IX
Lampiran 4 .....	XXI
Lampiran 5 .....	XXIX
Lampiran 6 .....	XXXI
Lampiran 7 .....	XXXII
Lampiran 8 .....	XXXIV
Lampiran 9 .....	XXXV
Lampiran 10 .....	XXXVI

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

### 1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka danha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	ʿ	koma terbalik (di atas)
غ	Ghain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	ʾ	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

## 2. Vokal

Vokal tunggal	Vokal rangkap	Vokal Panjang
أ = a		آ = ā
إ = i	أي = ai	إي = ī
أ = u	أو = au	أو = ū

## 3. Ta Marbutah

*Ta marbutah* hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh:

مرأة جميلة      ditulis      *mar'atun jamīlah*



*Ta marbutah* mati dilambangkan dengan /h/

Contoh:

فاطمة                      ditulis                      *fātimah*

#### 4. *Syaddad* (*tasydid*, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddad* tersebut.

Contoh:

ربنا                      ditulis                      *rabbānā*

البر                      ditulis                      *al-barr*

#### 5. Kata sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

الشمس                      ditulis                      *asy-syamsu*

الرجل                      ditulis                      *ar-rojulu*

السيدة                      ditulis                      *as-sayyidinah*

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qomariyah” ditransliterasikan dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر                      ditulis                      *al-qamar*

البدیع                      ditulis                      *al-badi'*

الجلال                      ditulis                      *al-jalāl*

#### 6. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof /'/.

Contoh:

أمرت                      ditulis                      *umirtu*

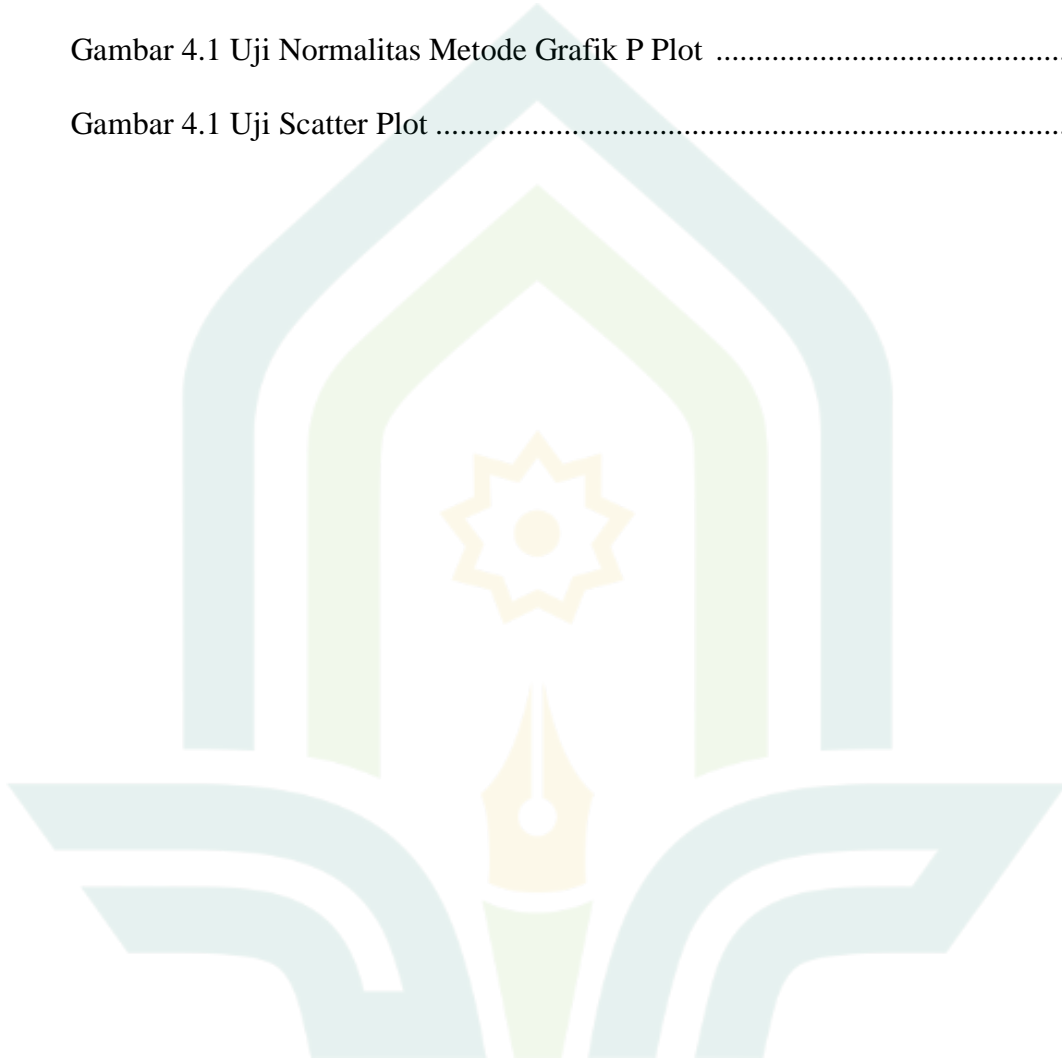
شيء                      ditulis                      *syai'un*

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Harga Sarung Batik di Ponpes Al-Utsmani.....	3
Tabel 1.2 Data Penjualan Sarung Batik Di Ponpes Al-Utsmani Kajen.....	4
Tabel 2.1 Tinjauan Pustaka .....	32
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel .....	43
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Usia .....	61
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Uang Saku Perbulan .....	61
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Intensitas Pembelian Sarung Batik dalam Setahun .....	62
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Durasi Tinggal Di Ponpes .....	63
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian .....	64
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga.....	66
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk.....	66
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Desain Produk.....	67
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Beli .....	67
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test .....	68
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	71
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	72
Tabel 4.13 Hasil Uji Uji T.....	73
Tabel 4.14 Hasil Uji F .....	74
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	76

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....	37
Gambar 3.1 Daerah Keputusan Hipotesa 0 Uji t .....	56
Gambar 3.2 Daerah Keputusan Hipotesa 0 Uji f.....	57
Gambar 4.1 Uji Normalitas Metode Grafik P Plot .....	68
Gambar 4.1 Uji Scatter Plot .....	69



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian

Lampiran 2: Data Responden Penelitian

Lampiran 3: Hasil Skor Penelitian

Lampiran 4: Hasil Uji SPSS

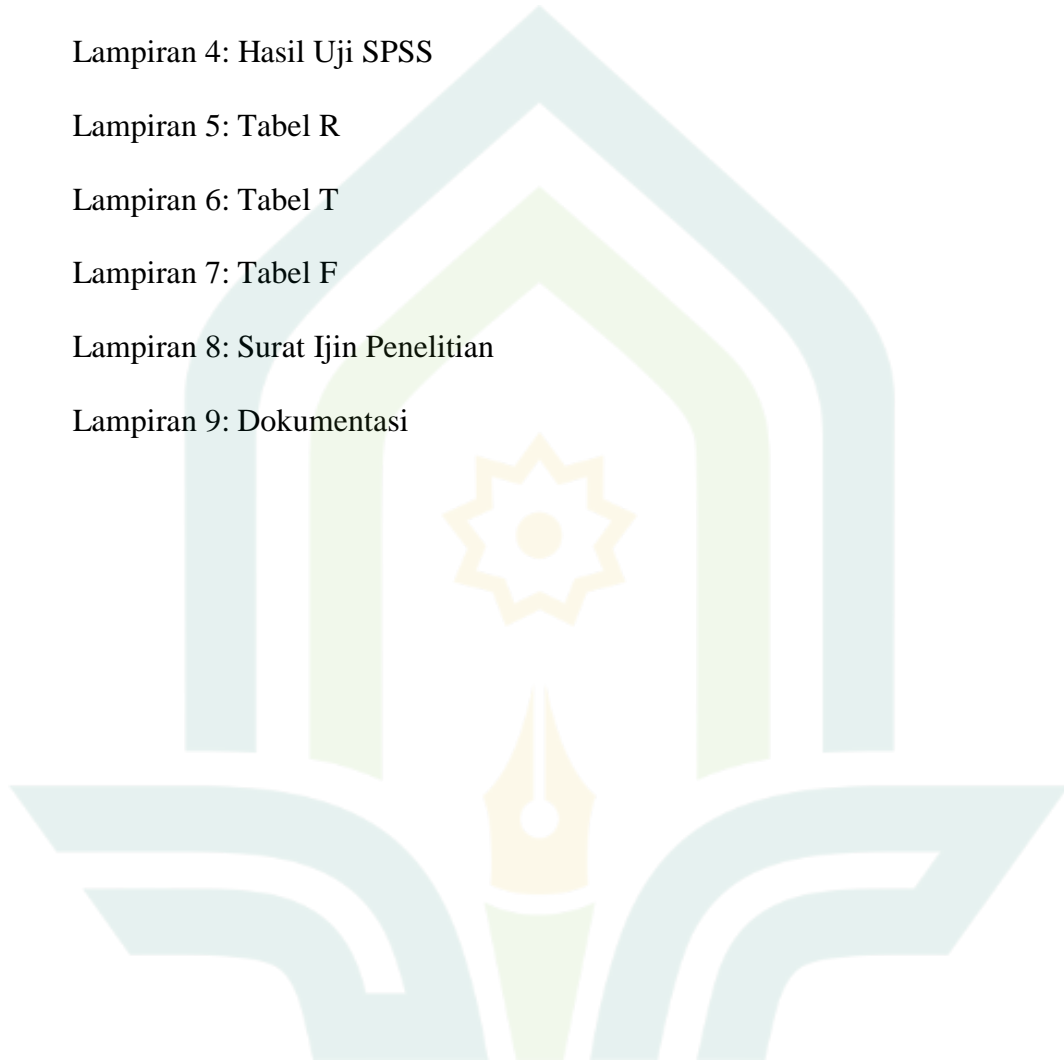
Lampiran 5: Tabel R

Lampiran 6: Tabel T

Lampiran 7: Tabel F

Lampiran 8: Surat Ijin Penelitian

Lampiran 9: Dokumentasi



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Indonesia memiliki sejarah warisan kaya akan budaya dan merupakan negara dengan budaya yang beragam, oleh karena itu kita harus melestarikan dan mengabadikan budaya kita yang kuat dalam segala segi kehidupan masyarakat Indonesia. Menghadapi era yang terus berkembang, masyarakat harus menghadapi berbagai tantangan, antara lain bagaimana mempertahankan budaya yang sudah ada sejak nenek moyang kita, agar tidak punah.<sup>1</sup>

Tantangan lingkungan bisnis saat ini semakin berat, sehingga industri harus mampu memenuhi kebutuhan pasar dan menggunakan tantangan tersebut sebagai kesempatan untuk bertahan hidup di masa depan. Kota Pekalongan dikenal sebagai Kota Batik, dikenal demikian karena batik bagi warga Pekalongan merupakan sebagai salah satu mata pencaharian pokok. Batik termasuk singkatan dari Bersih, Aman, Tertib, Indah dan Komunikatif. Batik pun telah mendarah daging bagi warganya, mereka menggunakan batik dalam kehidupan sehari-hari. Jantung kehidupan kota Pekalongan adalah Batik. Industri Batik menggerakkan lebih dari 1000 keluarga untuk bertahan hidup. Industri ini sendiri semacam turun temurun.

---

<sup>1</sup>Farida Nur Cahya,” Pengaruh Kualitas produk dan Seni Terhadap Minat Beli Konsumen Sarung Tenun Samarinda di Samarinda”, (*ejournal.psikologi.fisip-unmsl.ac.id*: 2018), Vol 6 Nomor 4, hlm. 910

Pekalongan tidak hanya dikenal sebagai kota Batik, akan tetapi juga dikenal dengan sebutan Kota Santri. Istilah “SANTRI” yang diambil dari moto Kabupaten Pekalongan merupakan kepanjangan dari Sehat, Aman, Nyaman, Tertib, Rapi, dan Indah. Gambaran kota santri juga sering dilantunkan dalam sebuah lagu berjudul “Kota Santri” yang menggambarkan suasana kota santri di Kabupaten Pekalongan.<sup>2</sup> Hal tersebut terbukti dari pondok pesantren yang berada di Kabupaten Pekalongan sebanyak 82 pondok pesantren, salah satu diantaranya adalah Ponpes Al-Utsmani Kajen.

Ponpes Al-Utsmani Kajen merupakan lembaga pendidikan keagamaan dibawah naungan Kementrian Agama. Santrinya memiliki jenjang pendidikan formal mulai dari jenjang menengah pertama hingga perguruan tinggi. Santri yang berlatarbelakang perguruan tinggi mengalami penambahan jumlah yang signifikan terbukti dari tahun 2019 hingga 2020 terdapat 125 santri mahasiswi.

Santri mempunyai budaya unik dalam busana sehari-hari yang mereka kenakan, yaitu sarung. Yang notabennya sarung itu biasanya dikenakan seorang laki-laki, akan tetapi disini santri putri juga mengenakan sarung. Sarung yang dikenakan santri putri disini berbeda dengan sarung yang dikenakan seorang laki-laki. Biasanya santri putri mengenakan sarung batik, sarung batik sendiri berbeda dengan sarung pada umumnya. Karena sarung batik diperuntukkan bagi santri putri,

---

<sup>2</sup>[www.pekalongankab.go.id](http://www.pekalongankab.go.id) (Diakses tanggal 28 Juni 2021)

menggunakan corak bunga dan warna cerah. Sehingga lebih anggun dan cantik ketika dikenakan oleh santri putri.

Produk sarung batik di ponpes Al-Utsmani tidak hanya sarung batik Madura saja akan tetapi ada juga sarung batik merek lain. Dengan masing-masing keunggulan yang ditawarkan oleh para produsen kepada para konsumen, dengan harapan konsumen tertarik terhadap produk sarung batik dengan merek tertentu dengan keunggulannya. Produk sarung batik dengan berbagai merek lain diantaranya:

Tabel 1.1 Harga Sarung Batik di Ponpes Al-Utsmani

No	Sarung Batik	Harga
1.	Madura	Rp 90.000
2.	Mahda	Rp 85.000
3.	Miftah	Rp 80.000
4.	Aroja	Rp 55.000
5.	Al-Ghouts	Rp 50.000

Sumber: Koperasi Ponpes Al-Utsmani Kajen

Dari data diatas para santri mempunyai minat untuk membeli sebuah sarung batik dengan melihat tren yang ada di ponpes. Dan untuk saat ini yang sedang menjadi tren di kalangan santri ponpes Al-Utsmani yaitu sarung batik Madura. Awalnya sarung batik Madura masuk ke ponpes Al-utsmani dibawa oleh para ustadzahnya yang dulunya mondok di Al-Falah Ploso. Sehingga pada akhirnya para santri yang lain menjadi tertarik untuk memilikinya walaupun diantara merek-merek yang lain sarung Madura sendiri terbilang paling mahal.

Santri ponpes Al-Utsmani mengenakan sarung batik tidak hanya ketika kegiatan sehari-hari seperti mengaji, akan tetapi juga biasa dikenakan ketika sholat. Santri memilih sarung sebagai pakaian yang

dikenakan ketika sholat karena sarung sendiri sangat nyaman dan fleksibel. Tampilan yang longgar membuat santri bebas untuk mengenakannya tanpa harus khawatir tidak muat.

Fenomena saat ini yang menarik dikalangan santri adalah busana muslim, khususnya pemakaian sarung batik yang sudah menjadi *trend* di Pondok Pesantren, khususnya di Pondok Pesantren Al-Utsmani Kajen. Santri putri biasa mengenakan sarung batik untuk kegiatan sehari-hari dari mulai mengaji, sholat berjamaah dan juga olahraga. Bentuknya yang fleksibel sehingga mempermudah gerak santri ketika sedang berolahraga. Untuk kain sarung batik Madura menggunakan bahan yang tidak licin sehingga sangat nyaman ketika digunakan untuk olahraga.

Tabel 1.2 Data Penjualan Sarung Batik Di Ponpes Al-Utsmani Kajen

No	Sarung Batik	Tahun 2019	Tahun 2020	Jumlah
1	Madura	55	79	134
2	Mahda	24	50	85
3	Miftah	43	52	95
4	Aroja	52	57	109
5	Al-Ghouts	38	55	93

Sumber : Koperasi Ponpes Al-Utsmani Kajen, 2021

Banyaknya pemakaian sarung batik Madura di kalangan santri dapat dimanfaatkan sebagai peluang bisnis yang menguntungkan. Salah satunya strategi yang dapat dilakukan pengusaha pengrajin sarung batik Madura yaitu memanfaatkan pondok pesantren. Dalam bauran pemasaran, pondok pesantren merupakan lokasi yang sangat strategis untuk pengembangan usaha produksi sarung batik Madura.

Sarung yaitu selembar kain lebar yang dibentuk seperti tabung/pipa dari hasil dijahit pada kedua ujungnya. Ini merupakan



definisi mendasar dari sarung yang ada di Indonesia dan tempat-tempat lain. Dalam definisi busana internasional, sarung bermakna selebar kain lebar yang pemakainannya dibebatkan pada pinggang sebagai penutup bagian tubuh bawah (pinggang kebawah).<sup>3</sup>

Sarung batik Madura sebagai salah satu busana khas yang dikenakan oleh santri, yang mana sarung batik Madura itu sendiri memberikan kesan santun. Sehingga sangat cocok dengan santri yang terkenal dengan kesantunan, agamis dan dinamis. Untuk memberikan kenyamanan terhadap pemakainya biasanya sarung batik Madura menggunakan bahan yang adem, sehingga tidak menimbulkan iritasi. Bahannya yang ringan sangat cocok untuk kegiatan harian santri yang sangat banyak dari bangun tidur sampai tidur lagi.

Harga merupakan pemberian nilai terhadap barang yang ditukarkan. Semakin tinggi harga suatu barang maka permintaan akan rendah, sedangkan semakin rendah harga suatu barang maka permintaan akan tinggi.<sup>4</sup> Akan tetapi teori tersebut tidak berlaku pada minat santri terhadap pembelian sarung batik Madura di Ponpes Al-Utsmani. Walaupun harga sarung batik Madura terbilang lebih mahal daripada sarung batik lainnya, sarung batik Madura mempunyai peminat yang cukup banyak.

Produk yang mempunyai kualitas bagus tentunya mempunyai harga yang bersaing di pasaran, sehingga pada akhirnya akan

---

<sup>3</sup><https://id.wikipedia.org/wiki/Sarung> (Diakses Tanggal 21 Desember 2020)

<sup>4</sup>Ulya, H. N. M. (2015). Permintaan, Penawaran dan Harga Perspektif Ibnu Khaldun. *Justicia Islamica*, 12(2), 143746.

memberikan kepuasan tersendiri pada pelanggan. Apabila kualitas suatu produk bagus maka permintaan pelanggan akan naik, dan sebaliknya jika kualitas produk tidak bagus maka permintaan akan turun.<sup>5</sup> Sebagaimana kualitas produk pada sarung batik Madura yang bagus dari segi penggunaan kain ataupun jahitan yang rapih sehingga membuat para santri lebih berminat membeli sarung batik Madura.

Desain motif sarung batik madura memiliki corak yang beragam, selain warnanya yang cerah dan terang juga menggambarkan ciri khas masyarakat sekitar dan ciri khas batik pesisir secara keseluruhan.<sup>6</sup> Jika suatu barang mempunyai desain produk yang bagus atau unik maka dapat membuat konsumen mempunyai minat beli tinggi, bagitu sebaliknya jika suatu produk mempunyai desain yang tidak bagus atau unik maka dapat membuat konsumen mempunyai minat beli yang sedikit.<sup>7</sup> Melalui inovasi yang unik pada desain dari sarung batik Madura sehingga minat beli sarung batik Madura tinggi pada santri mahasiswi di Ponpes Al-Utsmani Kajen.

Produk yang berhasil yaitu produk yang bisa mencukupi keinginan konsumennya dan bisa memberi kesenangan maupun kepuasan sehingga konsumen akan membeli produk tersebut bahkan

---

<sup>5</sup>Reven, D., & Ferdinand, A. T., Analisis Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Nesty Collection Jakarta, (2017), *Diponegoro Journal of Management*, 6(3), hlm. 152-164.

<sup>6</sup>Sekartaji Suminto, "Batik Madura: Memiliki Ciri Khas dan Makna Filosofinya" (Yogyakarta: CORAK Jurnal Seni Kriya, Vol. 4 No.1, Mei-Oktober, 2015), hlm. 6.

<sup>7</sup>Irvanto, O., & Sujana, S. (2020). Pengaruh Desain Produk, Pengetahuan Produk, Dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Produk Eiger. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2), hlm. 105-126.

membeli secara berulang-ulang.<sup>8</sup> Kualitas adalah daya suatu produk untuk menjalankan fungsinya. Fitur-fitur ini meliputi: keandalan, atribut berharga dari seluruh produk, akurasi akhir, daya tahan, serta kemudahan pengoperasian dan pemeliharaan.<sup>9</sup>

Dalam riset pemasaran dan konsumen Schiffman dan Kanuk mengemukakan, minat beli ialah pernyataan seorang konsumen untuk membeli suatu barang. Penggunaan pengukuran pembeli bertujuan untuk menilai suatu kemungkinan konsumen untuk membeli produk atau berperilaku menurut tertentu.<sup>10</sup> Minat beli konsumen akan timbul secara alami pada pembeli ketika seorang pembeli sudah merasa tertarik dan percaya terhadap suatu produk yang ditawarkan oleh penjual.

Keputusan seseorang untuk membeli suatu produk sangat bergantung pada kualitas evaluasi produk. Tuntutan akan produk yang berkualitas membuat para pengusaha yang berkecimpung di beraneka bidang usaha berkompetisi meningkatkan kualitas produk yang dimilikinya guna menjaga brand image produknya. Mereka memiliki karakteristiknya sendiri, dan meskipun jenisnya sama, karakteristik ini membedakannya dari produk lain.

Dalam meningkatkan nilai penjualan, suatu industri tidak hanya memerhatikan harga, dan kualitas saja, akan tetapi desain produk juga harus diperhatikan. Setiap perusahaan/ produsen harus dapat

---

<sup>8</sup> Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran : Edisi Kedua*, (Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2014), hlm. 121.

<sup>9</sup> Kotler dan Armstrong, *Dasar-dasar Pemasaran*, Jakarta: Perhallindo, 2010, hlm. 27.

<sup>10</sup> Schiffman, Leon G dan Kanuk, Leslie Lazar, *Perilaku Konsumen*. Edisi Ketujuh. Terjemahan oleh Zoelkifli Kasip. 2008. (Jakarta: PT Indeks, 2000), hlm.227.

memperhatikan minat pelanggan terhadap produk yang dibuatnya dengan harapan dapat membuat pelanggan untuk mempunyai minat beli. Semakin banyak pelanggan yang minat maka akan meningkatkan pendapatan suatu perusahaan/ produsen.

Sehingga penulis menyusun sebuah skripsi yang berjudul **“PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN DESAIN PRODUK TERHADAP MINAT BELI SARUNG BATIK MADURA (Studi Kasus Santri Putri Mahasiswi Di Ponpes Al-Utsmani Kajen)”**. Dengan tujuan untuk mengetahui apakah harga, kualitas produk, dan desain produk berpengaruh terhadap minat beli sarung batik madura di Ponpes Al-Utsmani Kajen.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka dapat disusun rumusan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli sarung batik madura pada santri putri mahasiswi di Ponpes Al-Utsmani Kajen?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli sarung batik madura pada santri putri mahasiswi di Ponpes Al-Utsmani Kajen?
3. Apakah desain produk berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli sarung batik madura pada santri putri batik mahasiswi di Ponpes Al-Utsmani Kajen?

4. Apakah harga, kualitas produk, dan desain produk berpengaruh secara simultan terhadap minat beli sarung batik madura pada santri putri mahasiswa di Ponpes Al-Utsmani Kajen?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka dapat ditetapkan tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui harga berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli sarung batik madura pada santri putri mahasiswa di Ponpes Al-Utsmani Kajen
2. Untuk mengetahui kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli sarung batik madura pada santri putri mahasiswa di Ponpes Al-Utsmani Kajen
3. Untuk mengetahui desain produk berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli sarung batik madura pada santri putri mahasiswa di Ponpes Al-Utsmani Kajen
4. Untuk mengetahui harga, kualitas produk dan desain produk berpengaruh secara simultan terhadap minat beli sarung batik madura pada santri putri mahasiswa di Ponpes Al-Utsmani Kajen

#### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun dari hasil penelitian ini diharapkan memberi manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Konsumen

Memberi tambahan informasi dan pemahaman kepada para konsumen dalam pembelian sarung batik madura.

2. Bagi Penjual

Memberi kontribusi dan informasi tambahan kepada pengusaha dalam hal seberapa besar pengaruh kualitas terhadap minat beli produk sarung batik madura. Sehingga menjadi perbandingan perusahaan dalam mempromosikan produknya.

3. Bagi Kalangan Akademik

Memberi kontribusi dan tambahan referensi kepada kalangan akademik, terutama mahasiswa yang akan melakukan penelitian mengenai sarung batik Madura dalam hal pengembangan studi mengenai pemasaran.

#### **E. Sistematika Penulisan**

Untuk memperoleh pembahasan yang sistematis, penulis perlu menyusun pembahasan yang disusun secara sistematis, sehingga dapat menunjukkan hasil penelitian yang baik dan mudah dipahami. Adapun sistematika tersebut sebagai berikut:

## **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini mencakup pertanyaan latar belakang, rumusan pertanyaan, tujuan penelitian, keuntungan penelitian, tinjauan pustaka sebelumnya dan penulisan sistematis.

## **BAB II LANDASAN TEORI**

Dalam bab ini menjelaskan pokok permasalahan yang terkait dengan tinjauan teoritis mengenai objek penelitian. Didalamnya terdiri dari beberapa pembahasan tentang Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Desain Produk Terhadap Minat Beli Sarung Batik Madura.

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan metode penelitian, yaitu metode yang digunakan peneliti dalam menggunakan sarana pengetahuan untuk mengumpulkan, mengklarifikasi, dan menganalisis fakta di bidang penelitian guna menemukan kebenaran.

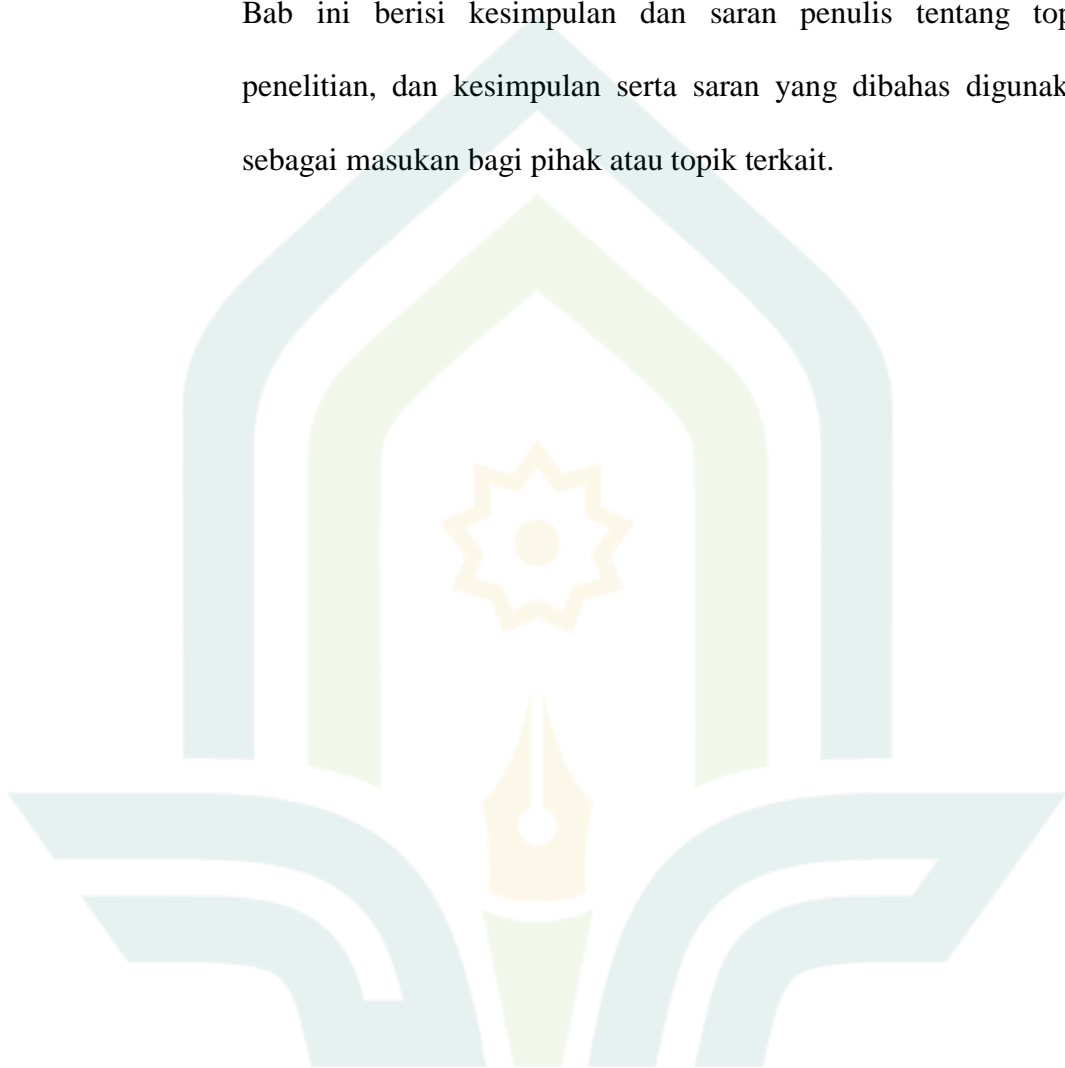
## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Membahas gambaran umum di Ponpes Al-Utsmani Kajen, hasil dari penelitian dan pembahasan yang merupakan materi-materi yang dipakai sebagai acuan untuk pembahasan penelitian pada Ponpes Al-Utsmani Kajen, bagaimana pengaruh harga, kualitas

produk dan desain produk terhadap minat beli sarung batik santri tersebut.

## **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan dan saran penulis tentang topik penelitian, dan kesimpulan serta saran yang dibahas digunakan sebagai masukan bagi pihak atau topik terkait.





## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan, dapat disimpulkan beberapa hal berikut:

1. Hasil Uji t (parsial) menunjukkan bahwa X1 atau harga berpengaruh terhadap minat beli sarung batik Madura ditandai dengan besarnya T hitung  $4,050 > 1,66177$  dengan sig.  $0,000 < 0,05$ . Ketika semakin tinggi harga suatu barang maka permintaan akan rendah, sedangkan semakin rendah harga suatu barang maka permintaan akan tinggi.
2. Hasil Uji t (parsial) menunjukkan bahwa X2 atau kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli sarung batik Madura, hal tersebut ditandai dengan besarnya T hitung  $7,531 > 1,66177$  dengan sig.  $0,000 < 0,05$ . Jika kualitas suatu produk bagus maka permintaan pelanggan akan naik, dan sebaliknya jika kualitas produk tidak bagus maka permintaan akan turun Sebagaimana kualitas produk pada sarung batik Madura yang bagus dari segi penggunaan kain ataupun jahitan yang rapih sehingga membuat para santri lebih berminat membeli sarung batik Madura.
3. Hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa X3 atau desain produk berpengaruh terhadap minat beli sarung batik Madura ditandai dengan besarnya T hitung  $8,754 > 1,66177$  dengan sig.  $0,000 < 0,05$ . Jika suatu barang mempunyai desain produk yang bagus atau unik maka dapat membuat konsumen mempunyai minat beli tinggi, bagitu sebaliknya jika

suatu produk mempunyai desain yang tidak bagus atau unik maka dapat membuat konsumen mempunyai minat beli yang sedikit.

4. Secara simultan (bersama-sama) variabel independen berpengaruh terhadap terhadap minat beli sarung batik Madura. Hal ini dibuktikan dengan  $F_{hitung} > F_{tabel}$   $255,053 > 2,47$  dan dengan probabilitas nilai signifikan  $f_{hitung} < f_{tabel}$  yaitu  $0,000 < 0,05$ .

## **B. Saran**

Berdasarkan penelitian diatas maka penulis menyarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. Bagi Pengrajin Batik

Para pengusaha batik harus lebih meningkatkan kualitas produk dan desain produknya sehingga akan tercipta sarung batik Madura yang lebih variatif dan dapat menarik perhatian konsumen. Langkah-langkah demikian diharapkan dapat mendorong munculnya minat beli konsumen akan sarung batik Madura yang akan diluncurkan di pasaran.

2. Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel selain meneliti harga, kualitas produk, desain produk dan minat beli, serta meneliti objek penelitian yang berbeda dari penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Aaker, David .A..1997. *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Gramedia.
- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. 2013. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Pers
- Algifari. 2013 *Analisis Regresi (Teori, Kasus dan Solusi) cet. 4.* (Yogyakarta: BPFE).
- Arwani, Agus. 2016. *MODUL Praktikum Komputer Keuangan (Pelatihan Analisis Statistik Dengan SPSS)*, Diakses Google Cendikia Pdf tanggal 10 Februari 2019.
- Azwar, Saifudin. 1999. *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Belajar)
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gitosudarmo, Indriyo. 2014. *Manajemen Pemasaran : Edisi Kedua*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta
- Kotler, Philip and Armstrong Gary. 2012. *Principles Of Marketing*. England: Fourteenth Edition. Pearson Education Limited, England
- Kotler, Philip dan Armstrong Gary. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Armstrong. 2010. *Dasar-dasar Pemasaran*, Jakarta: Perhallindo.
- Kotler, Phillip and Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management*. Fourteenth Edition. New Jersey : Pearson International Edition.
- Kriyantono, Rachmat 2015. *Riset Komunikasi*, Cat. Ke -2. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Latan, Hengky dan Selva Temalagi. 2013. *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Limakrisna, 2011. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta : Mitra wacana Media.
- Masyuri dan M. Zainuddin. 2008. *Metodologi Peneelitan*. Bandung: Refika Aditama.

- Nawawi, Ismail. 2011. *Fikih Muamalah Klasik dan Kontemporer*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Sanusi, Anwar. 2011. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Schiffman, Leon G dan Kanuk, LeslieLazar. 2000. *Perilaku Konsumen*. Edisi Ketujuh. Terjemahan oleh Zoelkifli Kasip. 2008. (Jakarta: PT Indeks)
- Shaleh, Abdul Rahman dan Muhib Abdul Wahab. 2004. *Psikologi suatu Pengantar: dalam perspektif Islam*. Jakarta : Prenada Media.
- Sirefar, Sofyan. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual dan SPSS*, Edisi Pertama, Cet. Ke-1. (Jakarta: Kencana)
- Sugiyono, 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif , Kualitatif dan R & D*, (Bandung: CV Alfabeta).
- Suharsaputra, Uhar. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Tindakan* (Bandung: PT.Refika Aditama)
- Suntoyo, Danang. 2011. *Analisis Regresi Dan Uji hipotesis*. Jakarta: Caps.
- Swastha, Basu & Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Offset.
- Tjiptono, 2007. *Strategi Pemasaran Edisi II*, (Yogyakarta: Andy Offset)
- Umar, Husein. 2002. *Research Methods in Finance and Banking*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Wibowo, Agung Edy. 2012. *Aplikasi Praktis SPSS Dalam Penelitian*. Yogyakarta: Gramedia
- Widiana, Muslichah Erma dan Bonar Sinaga. 2010. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Karya Putra Dawati. Bandung.
- Widoyoko, S. Eko Putro. 2012. *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Cet. 1, (Yogyakarta : Pustakan Pelajar)
- Yusuf, A.Muri. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*. Jakarta : Prenadamedia Group.

### Jurnal

- Aini, N., & Anah, L. (2019). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Kerudung Rabbani (Studi Kasus Pada Pondok Pesantren Putri Walisongo Cukir Jombang). *BIMA: Journal of Business and Innovation Management*, 2(1)
- Cahaya, Farida Nur. 2018. Pengaruh Kualitas produk dan Seni Terhadap Minat Beli Konsumen Sarung Tenun Samarinda di Samarinda. *ejournal.psikologi.fisip-unmsl.ac.id*. Vol 6 Nomor 4
- Dara, N., & Purnaningsih, N. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Penetapan Harga Pakaian Batik Terhadap Minat Beli Pelanggan Pasar Tanah Abang. *Dynamic Management Journal*, 2(1).
- Daud, M., Artono, A., & Prastiti, E. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Sepeda Motor Honda (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Kadiri). *JIMEK: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 1(1).
- Hidayah, S. A., & Apriliani, R. A. E. 2019. Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, Kualitas Produk, dan Daya Tarik Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Batik Pekalongan (Studi Pada Pasar Grosir Setono Batik Pekalongan). *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 1(1)
- Hidayah, Siti Ainul. 2019. Analisis Pengaruh *Brand Image*, Harga, Kualitas Produk, Dan Daya Tarik Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Batik Pekalongan (Studi Pada Pasar Grosir Setono Batik Pekalongan), *Journal of Economic, Business and Engineering* Vol. 1, No. 1, Oktober
- Irvanto, O., & Sujana, S. (2020). Pengaruh Desain Produk, Pengetahuan Produk, Dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Produk Eiger. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2)
- Joel, G., Massie, J. D., & Sepang, J. L.. 2014. Pengaruh Motivasi, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Sepeda Motor Matic Merek Yamaha Mio Di Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, Vol.2, Nomor 3,
- Listyawati, I. H. 2016. Peran Penting Promosi dan Desain Produk dalam Membangun Minat Beli Konsumen., *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, 3(1).

- Mustikasari, W. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopian Merek Gading Gajah Gresik. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 2(2).
- Powa, G. A., Lopian, S. J., & Wenas, R. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Handphone Pada Mahasiswa Feb Unsrat. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(3).
- Pujoharso, C. (2012). Aplikasi teori konsumsi keynes terhadap pola konsumsi makanan masyarakat Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1(2).
- Ramadhan, A. G., & Santosa, S. B. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang pada Sepatu Nike Running di Semarang melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 6(1)
- Retnowulan, J. (2017). Pengaruh kualitas produk dan persepsi harga terhadap Minat beli Smartphone Xiaomi. *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, 17(2)
- Reven, D., & Ferdinand, A. T., 2017. Analisis Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Nesty Collection Jakarta) *Diponegoro Journal of Management*. 6(3)
- Saputra, A. B., Ningrum, N. R., & Basri, A. I. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Desain dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Produk Sepatu. *Equilibrium: Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1)
- Saputra, Ade B., Ningrum, N. R., & Basri, A. I. 2021. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Desain dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Produk Sepatu. *Equilibrium: Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1).
- Suminto, Sekartaji. 2015 “Batik Madura: Memiliki Ciri Khas dan Makna Filosofinya” (Yogyakarta: CORAK Jurnal Seni Kriya. Vol. 4 No.1, Mei-Oktober)
- Sundalangi, Marchelyno, Mandey, S. L., & Jorie, R. J.. 2014. Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, Dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pizza Hut Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(1)
- Ulya, H. N. M. (2015). Permintaan, Penawaran dan Harga Perspektif Ibnu Khaldun. *Justicia Islamica*, 12(2)

### **Skripsi**

- Anandia, Risky. 2015. Analisis Pengaruh Desain Produk, Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Citra Merek Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen Sepatu Adidas Original (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Semarang)
- Ananta, Rizal Dwi 2018. *“Pengaruh Kualitas Produk Dan persepsi Harga Terhadap keputusan Pembelian Yang Dimendiasi Oleh Citra Merek”* (Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta)
- Halim, H. A. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Sikapkonsumen Dan Implikasinya Terhadap Minat Beli Ulang* (Bachelor's thesis, Jakarta: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah).
- Ilmaya, Fahma. 2011. Analisis Pengaruh Interaksi Harga dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Batik di Eka Batik Semarang. Skripsi: Universitas Diponegoro.
- Muharam, A. S., & Sofian, S., 2011. *Analisis Pengaruh Desain Kemasan Produk dan Daya Tarik Iklan Terhadap Brand Awareness dan Dampaknya Pada Minat Beli Konsumen (Studi Pada Konsumen Susu Kental Manis Frisian Flag di Kota Semarang)* (Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro)
- Pramono, R., & Ferdinand, A. T.. 2012. *Analisis Pengaruh Harga Kompetitif, Desain Produk, Dan Layanan Purna Jual Terhadap Minat Beli Konsumen Sepeda Motor Yamaha (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Semarang)* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis), Semarang.
- Prastiwi, N., & Chasanah, U. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Sepeda Motor Honda Vario* (Doctoral dissertation, STIE Widya Wiwaha).

### **Internet**

<https://id.wikipedia.org/wiki/Sarung> (Diakses Tanggal 21 Desember 2020)

[www.pekalongankab.go.id](http://www.pekalongankab.go.id) (Diakses tanggal 28 Juni 2021)