

**PENGARUH DESAIN PRODUK, KUALITAS PRODUK DAN HARGA
TERHADAP MINAT BELI
(Studi Kasus Di Toko Albiano Pekajangan Pekalongan)**

SKRIPSI

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



Oleh:

MUHAMMAD IRFAN

NIM. 2013115296

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2021**

**PENGARUH DESAIN PRODUK, KUALITAS PRODUK DAN HARGA
TERHADAP MINAT BELI
(Studi Kasus Di Toko Albiano Pekajangan Pekalongan)**

SKRIPSI

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



Oleh:

MUHAMMAD IRFAN

NIM. 2013115296

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2021**

**SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Irfan

NIM : 2013115296

Jurusan : Ekonomi Syari'ah

Menyatakam bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Studi Kasus Di Toko Albiano Pekajangan Pekalongan” adalah benar-benar karya penulis sendiri dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya.

Dengan demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya. Apabila dikemudian hari terbukti skripsi ini ternyata plagiat penulis bersedia memperoleh sanksi akademik dengan di cabut gelarnya.

Pekalongan, Juli 2021

Yang menyatakan



Muhammad Irfan
2013115296

NOTA PEMBIMBING

Muhamad Masrur, M.E.I.

Banyurip Ageng Gang 4, Kec. Pekalongan Selatan, Kota Pekalongan, Jawa Tengah

Lamp : 2 (dua) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi
An. **Sdr. Muhammad Irfan**

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis Islam
IAIN Pekalongan
c.q. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah
di
PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah dilakukan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah Skripsi Saudara:

Nama : Muhammad Irfan
NIM : 2013115296
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul : Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Studi Kasus Di Toko Albianno Pekajangan Pekalongan

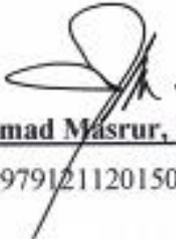
Dengan ini mohon agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqasahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya saya sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 20 September 2021

Pembimbing,


Muhamad Masrur, M.E.I.
NIP. 197912112015031001



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

Jl. Pahlawan No.52, Rowolaku Kajen Pekalongan Telp.085728204134 /Fax. (0285) 423418
Website: febi.iainpekalongan.ac.id/ Email: febi@iainpekalongan.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara :

Nama : MUHAMMAD IRFAN
NIM : 2013115296
Judul : PENGARUH DESAIN PRODUK, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI STUDI KASUS DI TOKO ALBIANO PEKAJANGAN PEKALONGAN

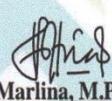
Telah diujikan pada hari Rabu tanggal 27 Oktober 2021 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji

Penguji I

Penguji II


H. Ahmad Rosvid S.E., M.Si. Akt.


Marlina, M.Pd.

NIP. 197903312006041003

NIP. 198205302005012001

Pekalongan, 27 Oktober 2021

Disahkan oleh

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Hj. Shinta Devi Rismawati, SH., M.H

NIP. 19750220 199903 2 001

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala hidayah dan rahmat-Nya sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini. Shalawat serta salam bagi junjungan Nabi besar kita Nabi Muhammad SAW yang selalu kita nantikan syafaatnya di yaumul akhir. Sebagai rasa cinta dan kasih, penulis persembahkan skripsi ini kepada:

1. Orang tua saya, Bapak Nasirin dan Ibu Nurul Hidayah yang telah memberikan dukungan moril maupun materi serta do'a yang tiada henti dipanjatkan untuk anak tercintanya sehingga terselesaikannya skripsi ini demi keberhasilan saya dalam masa perkuliahan ini serta untuk kesuksesan di masa depan.
2. Kakak dan adik kandung saya, Riza Fahmi dan Khofifah Fitriani yang selalu mendoakan, menemani dan membantu saya ketika saya membutuhkan tenaga kalian.
3. Keluarga besar saya, H. Dhimyathi Zilyadain yang selalu memberikan motivasi dan masukan-masukan yang diberikan.
4. Anis Wahdati S.E, Putri Vidiawati S.E, teman terbaik yang saya anggap seperti kakak perempuan selalu membantu saya disaat saya sedih maupun senang dalam keadaan sesulit apapun.
5. Sahabat terbaik (Putri, Anis, Chaled dan Lion) yang sudah saya anggap sebagai keluarga yang telah menemani hari-hari dengan penuh canda tawa dan selalu setia menemani dan menjadi tempat keluh kesah saya.

6. Perempuan yang kelak akan menemani kehidupan saya sebagai makmum dan ibu dari anak-anak ku dalam kehidupan di masa suka maupun duka.
7. Almamater tercinta IAIN Pekalongan yang penulis selalu banggakan.

MOTTO

Janganlah kamu bersikap lemah dan janganlah pula kamu bersedih hati, padahal kamulah orang-orang yang paling tinggi derajatnya jika kamu beriman.

(Q.S Ali Imran Ayat 139)

Ketahuiilah bahwa kemenangan bersama kesabaran, kelapangan bersama kesempitan, dan kesulitan bersama kemudahan.

(HR Bukhari dan Muslim)

Berseangatlah atas hal-hal yang bermanfaat bagimu. Minta tolonglah kepada Allah, jangan engkau lemah.

(HR Muslim)

ABSTRAK

Irfan, Muhammad. Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Studi Kasus Di Toko Albiano Pekajangan Pekalongan

Seiring perkembangan teknologi dan trend *fashion* yang terus berkembang dengan cepat mengakibatkan persaingan bisnis yang begitu ketat, sehingga perusahaan *fashion* harus selalu aktif mengikuti *trend modern* agar produknya dapat terjual di pasaran. Hal ini juga dilakukan oleh salah satu toko fashion di Kabupaten Pekalongan yaitu toko busana Albiano yang beralamat di Jl Raya Pekajangan, Kedungwuni, Kabupaten Pekalongan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh desain produk, kualitas produk dan harga terhadap minat beli (Studi Kasus Di Toko Albiano Pekalongan).

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian Lapangan dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Alat bantu pengolah data yang digunakan adalah *SPSS 20* Dengan jumlah Responden sebanyak 100 responden.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel desain produk, kualitas produk dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli di toko Albiano Pekalongan. Secara simultan variabel desain produk, kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap minat beli di toko Albiano Pekalongan. Koefisien determinasi memiliki *adjusted R square* sebesar 0,099. Hal ini menunjukkan bahwa variabel desain produk, kualitas produk dan harga mempengaruhi minat beli konsumen sebesar 9,9 %, sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

Kata Kunci: Desain Produk, Kualitas Produk, Harga, Minat Beli

ABSTRACT

Irfan, Muhammad. Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Studi Kasus Di Toko Albiano Pekajangan Pekalongan

Along with the development of technology and fashion trends that continue to develop rapidly resulting in business competition that is so tight, so that fashion companies must always actively follow modern trends so that their products can be sold in the market. This is also done by one of the fashion stores in Pekalongan Regency, namely the Albiano fashion store, which is located at Jl Raya Pekajangan, Kedungwuni, Pekalongan Regency. This study aims to determine the effect of product design, product quality and price on purchase intention (Case Study at Albiano Pekalongan Store).

This type of research uses field research using quantitative research methods. The data processing tool used is SPSS 20 with a total of 100 respondents.

The results of this study indicate that partially product design, product quality and price variables have a significant effect on buying interest at the Albiano Pekalongan store. Simultaneously, the variables of product design, product quality and price affect buying interest at the Albiano Pekalongan store. The coefficient of determination has an adjusted R square of 0.099. This shows that the variables of product design, product quality and price affect consumer buying interest by 9.9%, the rest is influenced by other variables outside the study.

Keywords: Product Design, Product Quality, Price, Buying Interest

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Desain Produk, kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Studi Kasus Toko Albiano Di Pekajangan Pekalongan” sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di IAIN Pekalongan dan sebagai sumbangsih terhadap pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang Ekonomi Syariah. Shalawat dan salam senantiasa juga tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini selesai bukan semata dari hasil karya tangan penulis sendiri, tetapi juga karena bantuan dari beberapa pihak yang dengan tulus meluangkan waktu meski hanya sekedar menuangkan aspirasi maupun memberi motivasi kepada penulis. Karena itu sudah sepantasnya pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih, kepada:

1. Bapak Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag selaku rektor IAIN Pekalongan beserta para Wakil Rektor IAIN Pekalongan.
2. Ibu Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan beserta para Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
3. Bapak Muhammad Aris Syafi’i, M.E.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan.

4. Ibu Happy Sista Devy, M.M selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan.
5. Ibu Dr. Hj Siti Qomariyah M.A selaku Dosen Wali yang selalu meluangkan waktu, memberikan arahan dan motivasi serta membimbing penulis dengan baik.
6. Bapak Muhamad Masrur, M.E.I. selaku Dosen Pembimbing yang selalu membimbing dan memberikan arahan, nasehat serta dukungan.
7. Dosen-dosen Jurusan Ekonomi Syariah dan dosen-dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan beserta seluruh staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
8. Toko Albiano Pekajangan Pekalongan yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian disana.
9. Orang tua saya, Bapak Nasirin dan Ibu Nurul Hidayah tercinta, terima kasih tak terhingga atas segala jerih patah, semangat, cinta dan kasih, do'a dan nasihat yang tak pernah henti, serta kerja keras yang tak ternilai harganya.
10. Kakak dan adik saya tercinta Riza Fahmi dan Khofifah Fitriani, terima kasih atas dukungan, kebaikan dan perhatiannya.
11. Keluarga besar H. Dhimyathi, yang selalu ada untuk memberikan dukungan, doa dan semangat.
12. Sahabat saya (Putri, Anis, Chaled dan Lion) yang telah menemani perjalanan dari awal sampai selesai kuliah ini.
13. Semua pihak yang telah berpartisipasi dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Selanjutnya, penulis menyadari bahwa dalam penyajian, pemilihan kata dan pembahasan materi, skripsi ini masih jauh sempurna. Oleh karena itu dengan penuh kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun.

Akhir kata, penulis berharap semoga Allah SWT senantiasa membalas semua kebaikan semua pihak yang telah memberikan do'a, dukungan serta bantuan dalam penulisan skripsi ini.

Pekalongan, 16 Oktober 2021

Penulis

Muhammad Irfan
NIM. 2013115296

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xiii
PEDOMAN LITERASI	xvii
DAFTAR TABEL	xxi
DAFTAR GAMBAR	xxii
DAFTAR LAMPIRAN	xxiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Kegunaan Penelitian	7
E. Sistematika Penelitian	8
BAB II KERANGKA TEORI	10
A. Landasan Teori	10

1. Gran Theory, Maddle Theory dan Apllied Theory	10
2. Minat Beli.....	34
a. Pengertian Minat Beli	34
b. Indikator Minat Beli	36
3. Desain Produk	37
a. Pengertian Desain Produk	37
b. Untuk Mengembangkan Suatu Produk	38
c. Indikator Desain Produk.....	41
4. Kualitas Produk	42
a. Pengertian Kualitas Produk.....	42
b. Indikator Kualitas Produk	44
5. Harga	45
a. Pengertian Harga.....	45
b. Indikator Harga	49
6. Perilaku Konsumen	51
B. Tinjauan Pustaka	52
C. Kerangka Berpikir	66
D. Hipotesis Penelitian.....	67
BAB III METODE PENELITIAN	68
A. Jenis Data Dan Sumber Data	68
B. Variabel Penelitian	69
C. Definisi Operasional	71
D. Populasi, Sampel Dan Teknik Pengambilan Sampel	73

E. Instrumen Dan Teknik Pengumpulan Data Penelitian	75
F. Teknik Pengolahan Dan Analisis Data	77
1. Uji instrumen	77
2. Uji Asumsi Klasik	78
3. Uji Regresi Linier Berganda	80
4. Uji Hipotesis	81
5. Analisis Koefisien Determinasi	83
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	84
A. Deskripsi Data	84
1. Gambaran Umum Toko Albiano Pekajangan Pekalongan.....	84
2. Deskripsi Data Penelitian	86
3. Karakteristik Responden	87
B. Analisis Data	90
1. Uji Kualitas Data	90
2. Uji Asumsi Klasik	92
3. Analisis Regresi Linier Berganda	97
4. Uji Hipotesis	99
5. Koefisien Determinasi	102
C. Pembahasan Hasil Penelitian	103
1. Pengaruh Desain Produk Terhadap Minat Beli Di Toko Albiano Pekajangan Pekalongan	103
2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Di Toko Albiano Pekajangan Pekalongan.....	104

3. Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Di Toko Albiano Pekajangan Pekalongan.....	106
4. Pengaruh Desain Produk Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Di Toko Albiano Pekajangan Pekalongan	107
BAB V PENUTUP.....	109
A. Kesimpulan.....	109
B. Saran.....	110

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 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 itu 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 dan ha

د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
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	’	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	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	ﺀ	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal tunggal	Vokal rangkap	Vokal panjang
أ = a		أ = ā
إ = i	أ ي = ai	إ ي = ī
أ = u	أ و = au	أ و = ū

3. Ta Marbutah

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh :

جميلة مرأة 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:

ر بنا ditulis *rabbānā*

البر ditulis *al-birr*

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	<i>asy-syamsu</i>
الرجل	ditulis	<i>ar-rojulu</i>
السيدة	ditulis	<i>as-sayyidah</i>

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

Contoh:

القمر	ditulis	<i>al-qamar</i>
البديع	ditulis	<i>al-badi'</i>
الجلال	ditulis	<i>al-jalāl</i>

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	<i>umirtu</i>
شيء	ditulis	<i>syai'un</i>

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Penjualan Celana Jeans Albiano, 5
Tabel 2.1	Tinjauan Pustaka, 54
Tabel 3.1	Definisi Operasional, 71
Tabel 4.1	Responden Jenis Kelamin, 87
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Usia, 88
Tabel 4.3	Responden Berdasarkan Pekerjaan, 89
Tabel 4.4	Responden Berdasarkan Pengeluaran, 89
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas, 91
Tabel 4.6	Hasil Uji Reliabilitas, 92
Tabel 4.7	Hasil Uji Normalitas dengan 1-KS, 94
Tabel 4.8	Hasil Uji Multikolinieritas, 95
Tabel 4.9	Hasil Uji Heteroskedastisitas, 96
Tabel 4.10	Hasil Uji Regresi Linier Berganda, 98
Tabel 4.11	Hasil Uji t (Uji Parsial), 100
Tabel 4.12	Hasil Uji F (Simultan), 101
Tabel 4.13	Hasil Koefisien Determinasi, 102

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Framework, 10

Gambar 2.2 Analisis SWOT, 21

Gambar 2.3 Strategi Pemasaran Sasaran (Target Market), 25

Gambar 2.4 Kerangka Berpikir, 66

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Toko Albiano Pekajangan Pekalongan, 85

Gambar 4.2 Histogram, 93

Gambar 4.3 Normal Probability Plot, 93

Gambar 4.4 Uji Scatterplot, 97

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1** Surat Izin penelitian, I
- Lampiran 2** Surat Keterangan Penelitian, II
- Lampiran 3** Surat Pengantar Kuesioner, III
- Lampiran 4** Kuesioner, IV
- Lampiran 5** Data Mentah Kuesioner, VII
- Lampiran 6** Hasil Uji Instrumen, XVIII
- Lampiran 7** Tabel r, t dan F, XXVII
- Lampiran 8** Dokumentasi, XXXI

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Fashion merupakan kombinasi atau perpaduan dari gaya atau *style* dengan desain yang cenderung dipilih, diterima, digemari dan digunakan oleh mayoritas masyarakat yang akan memberi kenyamanan dan membuat lebih baik pada satu waktu tertentu. Dengan kata lain *fashion* juga bisa diartikan sebagai budaya berpakaian. *Fashion* atau gaya berpakaian sudah ada sejak dahulu kala dan berkembang baik mengikuti zaman. *Fashion* bisa berubah-ubah sesuai dengan kreativitas masyarakatnya oleh karena itu tren *fashion* di zaman dahulu berkemungkinan tinggi bisa menjadi tren *fashion* lagi di zaman sekarang.

Seiring perkembangan trend *fashion* yang terus berkembang, banyak perusahaan produksi *fashion* yang selalu aktif mengikuti *trend modern* sehingga produknya dapat terjual di pasaran. Product yang kualitas tinggi dan mengikuti tren terkini dapat menarik pembeli untuk beli. Dengan meningkatnya daya beli industri *fashion*, banyak perusahaan produksi *fashion* baru bermunculan. Perusahaan-perusahaan baru ini telah menimbulkan permasalahan persaingan konsumen di bidang *fashion*, yang akan membuat beberapa pengusaha industri fashion tidak puas dengan menarik konsumennya secara aktif, sehingga mengurangi atau bahkan menciptakan konsumen baru.

Setiap industri yang dibangun pasti punya target. Selain mencari keuntungan yang semahal-mahalnya, industri memiliki target lain, yaitu mencapai kesinambungan hidup dan pertumbuhan industri. Untuk mencapai target tersebut, industri harus fokus pada kegiatan industri, antara lain desain produk, kualitas produk dan harga produksi, serta jalur distribusi yang sesuai.

Selain menjalankan misi perusahaan, juga harus menjalankan visinya yaitu mewujudkan desain produk yang berkelas dan menentukan harga yang sesuai demi memajukan kebahagiaan pelanggan. Hal ini bisa dilakukan bersama penentuan bahan baku yang bermutu dan sesuai, dalam arti bahan baku yang banyak, proses pengolahannya mudah, bahan baku tidak mudah rusak, dan mutu bahan baku tersebut tidak tinggi. Kurangi, sehingga produk akhir memiliki mutu dan kualitas yang baik.

Menurut Kotler, desain merupakan fungsi lengkap yang dapat mempengaruhi tampilan, rasa dan manfaat suatu barang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Perancang patut mengetahui berapa besar investasi yang telah dilakukan dalam tatanan, pengembangan fungsional, kemampuan, perakitan, daya tahan, keandalan, keringanan perawatan, dan model. Untuk industri, *product* yang didesain dengan bagus ialah *product* yang gampang dibuat dan diedarkan. Untuk pembeli, *product* yang didesain dengan bagus ialah *product* yang memiliki tampilan memuaskan dan gampang dibuka, dibetulkan dan dibongkar (Keller, 2009).

Konsumen biasanya mempertimbangkan produk yang diberikan oleh perusahaan saat menggunakan produk, dan konsumen akan

mempertimbangkan produk dari segi bentuk, desain dan harga sesuai dengan kualitas produk. Rencana buat menarik pelanggan adalah dengan memberi kualitas barang untuk menarik respons pasar yang makin tangguh. Harga konsumen yang terjangkau peka terhadap pembelian produk.

Selain itu, banyak aspek yang membuat perilaku pembeli dalam mengambil pertimbangan. Dalam menghadapi lingkungan rivalitas yang sangat erat, setiap industri ritel harus meningkatkan kekuatannya dengan menunaikan perbedaan atau karakteristik antara perusahaan dengan pesaingnya guna menarik konsumen untuk membeli.

Menarik konsumen untuk membeli barang tidak hanya dapat dilakukan dengan menawarkan potongan, hadiah, atau aktivitas promosi lainnya. Selain itu juga bisa membuat pembeli bisa membeli dan memberi mereka suasana yang menyenangkan di toko, karena mereka ingin konsumen yang puas untuk melakukan pembelian. Agar tercipta suasana yang menyenangkan maka perlu diciptakan suasana toko yang baik.

Perusahaan juga harus meningkatkan kualitas produk untuk menarik konsumen. Konsumen memegang peranan penting dalam keberadaan badan usaha. Karena hampir semua aktivitas perusahaan dilakukan untuk mencari produk sehingga konsumen dapat menerimanya. Keberagaman kebutuhan konsumen memaksa produsen untuk memperhatikan kebutuhan konsumen. Perusahaan perlu melakukan ini agar produk yang disediakan dapat memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen.

Di era globalisasi, persaingan bisnis tidak bisa dihindari. Pemasar harus melakukan segala kemungkinan untuk mempengaruhi konsumen agar konsumen mau membeli produk yang mereka sediakan, meskipun mereka tidak mau membeli. Pada dasarnya pembeli yang tidak beli hari ini belum jelas akan tidak beli keesokan harinya, sehingga terjadi persaingan dalam memberikan produk berkualitas yang mampu bersaing di pasaran, citra merek dan harga yang baik.

Menyediakan produk berkualitas dengan harga bersama-sama menjadi taktik terbaik untuk memimpin pertandingan yang pada hasilnya bisa mempersembahkan kebahagiaan kian banyak untuk pelanggan. Saat ini, konsumen semakin menuntut nilai karena dihadapkan pada berbagai produk dan layanan yang dapat dibeli. Dalam hal ini, perusahaan yang bijak akan mencoba memahami sepenuhnya proses pengambilan keputusan konsumen dan semua pengalaman mereka dalam meneliti, memilih, dan bahkan menggunakan produk. Antara alternatif dan proses pengambilan keputusan, terdapat ketertarikan konsumen untuk membeli.

Penelitian yang telah dilakukan oleh Ina Martini pada tahun 2016 yang berjudul Analisis pengaruh Harga, Kualitas produk, dan Desain terhadap keputusan pembelian kendaraan bermotor merk honda jenis skuter matic dengan menggunakan metode regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga, kualitas produk dan desain mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian. Penelitian yang dilakukan oleh Nova dhita kurniasari pada tahun 2013 yang berjudul Analisis pengaruh harga, kualitas

produk, dan kualitas pelayanan pembelian (studi kasus pada konsumen *waroeng steak & shake* cabang jl. Sriwijaya 11 Semarang) dengan menggunakan metode regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Di pekajangan pekalongan terdapat toko Albiano yang terdapat di Jl Raya Pekajangan Pekajangan Kecamatan Kedungwuni Pekalongan Jawa Tengah dan memiliki cabang di Jl Hos Cokroaminoto Gapuro Kecamatan Warungasem Kabupaten Batang Jawa Tengah, merupakan toko busana pakaian dan celana, yang memiliki omset perbulan 30 juta dengan penjualan 50 lusin celana. Yang membuat peneliti tertarik untuk meneliti produk celana jeans Albiano dikarenakan dimasa pandemi (Covid 19) sekarang produk celana jeans Albiano masi aksis dalam memproduksi dan memperdagangkan produk jeans Albiano di kedua toko di pusat Pekajangan Kedungwuni Pekalongan maupun di Gapuro Warungasem Batang.

Tabel 1.1

Penjualan Celana Jeans Albiano

Bulan	Tahun			
	2017	2018	2019	2020
Januari	28.500.000	25.000.000	26.400.000	24.500.000
Februari	25.300.000	26.500.000	27.300.000	25.500.000
Maret	27.400.000	27.400.000	26.400.000	23.000.000
April	25.500.000	25.200.000	27.200.000	27.000.000

Mei	26.500.000	26.700.000	28.100.000	30.000.000
Juni	28.400.000	27.100.000	29.000.000	27.500.000
Juli	29.500.000	28.300.000	30.000.000	26.000.000
Agustus	27.300.000	27.000.000	26.200.000	25.000.000
September	27.500.000	28.000.000	27.400.000	26.500.000
Oktober	28.200.000	29.800.000	26.800.000	28.000.000
November	29.500.000	27.000.000	28.900.000	27.500.000
Desember	29.500.000	29.700.000	30.000.000	29.500.000

Sumber : Sekertaris toko albiano pekajangan pekalongan.

Dari cerita latar belakang diatas bahwa pengaruh desain produk, kualitas produk, dan harga terhadap minat beli. Selain masalah tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana toko albiano untuk bersaing dengan *brand-brand* yang lain hingga pengarang terbujuk akan membuat judul **“PENGARUH DESAIN PRODUK, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI (STUDI KASUS DI TOKO ALBIANO PEKAJANGAN PEKALONGAN)”**

B. Rumusan Masalah

1. Apakah desain produk secara parsial berpengaruh terhadap minat beli?
2. Apakah kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap minat beli?
3. Apakah harga secara parsial berpengaruh terhadap minat beli?
4. Apakah desain produk, kualitas produk, dan harga secara simultan berpengaruh terhadap minat beli?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah variabel desain produk berpengaruh terhadap minat beli.
2. Untuk mengetahui apakah variabel kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli.
3. Untuk mengetahui apakah variabel harga berpengaruh terhadap minat beli.
4. Untuk mengetahui apakah variabel desain produk, kualitas produk, dan harga berpengaruh terhadap minat beli.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai sarana pengembangan teori dan ilmu pengetahuan yang secara teoritis berhubungan dengan pembahasan penelitian ini sendiri yang diharapkan dapat berguna bagi pembaca dalam desain produk, kualitas produk dan harga terhadap minat beli.

2. Secara Praktis

Diharapkan dapat berguna sebagai sarana untuk memberikan informasi mengenai hasil kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap minat pembeli. Dari hasil penelitian yang dilakukan, penulis berharap dapat memberikan manfaat dan berguna bagi:

a. Bagi Penulis

Penelitian ini sebagai sarana untuk meningkatkan pemahaman ilmu ekonomi secara komprehensif terutama dalam minat pembeli.

b. Bagi IAIN Pekalongan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Penelitian ini diharapkan sebagai sarana untuk menambah ilmu pengetahuan maupun sebagai referensi penelitian selanjutnya.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi suatu acuan penelitian selanjutnya.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika Penulisan pada penelitian “Pengaruh Desain Produk, kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Studi Kasus Toko Albiano Di Pekajangan Pekalongan” terbagi menjadi lima bab.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini mencakup latar belakang permasalahan yang merupakan landasan pemikiran secara garis besar, rumusan masalah, tujuan dari penulisan, manfaat dari penulisan serta Bagaimana sistematika penulisan ini disusun.

BAB II KERANGKA TEORI

Bab ini membahas tentang landasan teori, tinjauan pustaka, kerangka berpikir dan Hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang jenis dan pendekatan penelitian, jenis dan sumber data, variabel penelitian, populasi dan sampling dan metode analisis data.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini memuat tentang deskripsi objek penelitian dan hasil analisa data serta pembahasan atas hasil pengolahan data.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan saran-saran yang nantinya akan berguna bagi ilmu pengetahuan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh desain produk, kualitas produk dan harga terhadap minat beli (studi kasus toko Albiano Pekajangan Pekalongan. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen di Toko Albiano sebanyak 100 responden. Berdasarkan data yang telah dilakukan maka dapat diambil keputusan sebagai berikut:

1. Nilai signifikansi variabel desain produk $0,008 < 0,05$ dan $t_{hitung} 2,669 > t_{tabel} 1,984$ maka H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel desain produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen Toko Albiano Pekajangan Pekalongan.
2. Nilai signifikansi variabel kualitas produk $0,028 < 0,05$ dan $t_{hitung} 2,230 > t_{tabel} 1,984$ maka H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen.
3. Nilai signifikansi variabel harga $0,013 < 0,05$ dan $t_{hitung} 2,530 > t_{tabel} 1,984$ maka H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen dan pengaruhnya positif.
4. Variabel desain produk, kualitas produk, harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen toko Albiano Pekajangan Pekalongan ditunjukkan dari hasil uji F dilihat dari F hitung

4,645 > F_{tabel} 2,70 dan nilai sig 0,004 < 0,05 maka secara simultan variabel berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu minat beli konsumen Toko Albiano Pekajangan Pekalongan.

5. Variabel desain produk, kualitas produk, harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen di toko Albiano Pekajangan Pekalongan sebesar 9,9 % dan sisanya dipengaruhi variabel lain diluar penelitian.

B. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian dan kesimpulan diatas maka dapat diberikan saran sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini masih mampu menjelaskan 0.099 artinya bahwa ketiga variabel independen mempengaruhi berubahnya variabel dependen sebesar 0.0099 faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen Toko Albiano Pekajangan Pekalongan. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel-variabel independen lain. Penambahan variabel perlu dilakukan pada penelitian selanjutnya agar dapat menghasilkan gambaran yang lebih luas tentang masalah yang akan diteliti.
2. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengambil sampel yang lebih banyak sehingga hasil analisis dari penelitian yang didapatkan akan lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Algifari. (2000). *Analisis Regresi: Teori, Kasus, dan Solusi*. Yogyakarta: BPFPE.
- Amstrong, P. K. (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran, Alih Bahasa Imam Nurmawan*. Jakarta: Erlangga.
- Amstrong, P. K. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran, Ed 12 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Azwar, S. (1999). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Bungin, B. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan publik Serta ilmu-ilmu sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Group.
- Fauzi, M. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Semarang: Walisongo.
- Ghazali, I. (2005). Analisis Multivariated Dengan Program SPSS, Ed Ke3. *Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang*, 110.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Ishak, A. (2010). *Manajemen Operasional*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- J, S. d. (1998). *Prinsip Pemasaran, Jilid 1 dan 2, (Terjemahan Lamor), Ed ke 7*. Jakarta: Erlangga.
- Jualinita, H. S. (2011). *SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar , Aplikasi Untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat.
- Keller, P. K. (2009). *Manajemen Pemasaran, Ed. 13, Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Laksana, F. (2008). *Manajemen Pemasaran, Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Lamarto, W. J. (1984). *Prinsip Pemasaran, Ed ke-7, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Maharani, A. S. (2013). *Metodologi Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia*. Malang: UIN Maliki Press.
- Mahmud, T. D. (t.thn.). Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Produk Dan Kepercayaan (Trust) Terhadap Minat Beli K-Pop (Korean Pop) Album

dengan Sistem Pre Order Secara Online. *Studi pada Online Shop Kordo Day Shop CORP, Semarang, Jurnal.*

- Marissan. (2010). *Perilaku Komunikasi Pemasaran Terpadu, Ed 1, cet ke-3.*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Muis, P. d. (2009). *Metodologi Penelitian Ekonomi & Bisnis.* Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Nalim, Y. (2012). *Statistika 2.* Pekalongan: STAIN Pekalongan.
- Nela Evelia, e. a. (2012). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkom Flexi. *Jurnal sosial dan politik*, 5.
- Notoatmodjo, S. (2003). *Metodologi Penelitian Kesehatan.* Jakarta: Rineka Cipta.
- Priansah, D. J. (2016). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer.* Bandung: Alfabeta.
- Perrault, M. C. (2003). *Dasar-dasar Pemasaran, Alih Bahasa Agus Dharma.* Jakarta: Erlangga.
- Renden, J. H. (2009). *Manajemen Operasi, Ed. 9 Buku 1, Penerjemah Chriswan Sungkoro.* Jakarta: Salemba Empat.
- Sanusi, A. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis.* Jakarta: Salemba Empat.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif.* Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Siregar, S. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual & SPSS.* Jakarta: Kencana.
- Sopiah, E. M. (2010). *Metodologi penelitian Pendekatan Praktis Dalam Penelitian.* Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Stanley Lemeshow, D. W. (1997). *Besar Sampel Dalam Pendidikan Kesehatan.* Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Sugiyono. (2005). *Metode Penelitian Pendidikan.* Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, kualitatif dan R&D).* Bandung: CV Alfabeta.
- Sujarwedi, V. W. (2015). *Metode penelitian bisnis dan ekonomi.* Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

- Sumar'in. (2013). *Ekonomi Islam : Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suoranto, J. (2007). *Teknik Sampling Untuk Survei dan eksperimen*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Supranto. (1998). *Statistika*. Jakarta: Erlangga.
- Susilo, E. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Servicescape Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Planet Ban Pekalongan. *Journal Of Business Administrations*, 2, 23-24.
- Tamalagi, H. L. (2013). *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20.0*. Bandung: Alfabeta.
- Tantri, T. A. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Umam, H. S. (2013). *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Pustaka Setia.
- Umar, H. (1998). *Riset Sumber Daya Manusia dalam Organisasi*. Jakarta: PTSUN.
- Wahab, A. R. (2004). *Psikologi Suatu Pengantar: Dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Prenada Media.
- Wibowo, A. e. (2012). *Aplikasi Praktik SPSS*. Yogyakarta: Grava Media.
- Wijaya, T. (2013). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis: Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Graha ilmu.
- Yaniawati, R. I. (2014). *Metodologi penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Campuran Untuk Manajemen Pembangunan dan pendidikan*. Bandung: Rineka Cipta.