

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--|----------------|
| LEMBAR PENGESAHAN | |
| ABSTRAK | i |
| ABSTRACT | ii |
| KATA PENGANTAR | iii |
| DAFTAR ISI | vi |
| DAFTAR TABEL | ix |
| DAFTAR GAMBAR | x |
| DAFTAR LAMPIRAN | xi |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian..... | 1 |
| 1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah..... | 10 |
| 1.2.1 Identifikasi Masalah..... | 10 |
| 1.2.2 Rumusan Masalah..... | 10 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 11 |
| 1.4 Kegunaan Penelitian | 11 |
| 1.4.1 Kegunaan Teoritis..... | 11 |
| 1.4.2 Kegunaan Praktis | 11 |
| | |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS | |
| 2.1 Kajian Pustaka | 13 |
| 2.1.1 Manajemen..... | 13 |
| 2.1.2 Pengertian Pemasaran | 14 |
| 2.1.3 Manajemen Pemasaran | 15 |
| 2.1.4 Bauran Pemasaran (<i>Marketing mix</i>)..... | 16 |
| 2.1.4.1 Unsur-unsur Bauran Pemasaran | 18 |
| 2.1.5 Harga..... | 19 |
| 2.1.5.1 Indikator Harga..... | 20 |
| 2.1.6 Desain Produk | 21 |
| 2.1.6.1 Dimensi Desain Produk | 23 |
| 2.1.7 Keputusan Pembelian..... | 24 |
| 2.1.8 Penelitian Terdahulu | 26 |
| 2.2 Kerangka Pemikiran | 31 |
| 2.2.1 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian..... | 33 |
| 2.2.2 Pengaruh Desain Produk dengan Keputusan Pembelian..... | 34 |
| 2.2.3 Pengaruh Harga dan Desain Produk dengan Keputusan Pembelian..... | 35 |
| 2.3 Hipotesis | 36 |

| | | |
|----------------|---|----|
| BAB III | METODE PENELITIAN | |
| 3.1 | Metode Penelitian | 37 |
| 3.2 | Definisi Variabel dan Operasional Variabel Penelitian..... | 38 |
| 3.2.1 | Definisi Variabel Penelitian..... | 38 |
| 3.2.2 | Operasionalisasi Variabel Penelitian | 39 |
| 3.3 | Populasi, Sampel dan Teknik Sampling | 42 |
| 3.3.1 | Populasi..... | 42 |
| 3.3.2 | Sampel..... | 43 |
| 3.3.3 | Teknik Sampling..... | 45 |
| 3.4 | Teknik Pengumpulan Data | 45 |
| 3.5 | Metode Analisis dan Uji Hipotesis | 47 |
| 3.5.1 | Uji Validitas dan Reliabilitas | 48 |
| 3.5.2 | Uji <i>Method of Succesive Interval</i> (MSI) | 51 |
| 3.5.3 | Analisis Deskriptif | 52 |
| 3.5.4 | Analisis Verifikatif..... | 53 |
| 3.5.4.1 | Analisis Regresi Linier Berganda | 54 |
| 3.5.4.2 | Analisis Koefisien Determinasi | 54 |
| 3.5.4.3 | Analisis Korelasi Berganda..... | 56 |
| 3.5.5 | Uji Hipotesis | 58 |
| 3.6 | Lokasi dan Waktu Penelitian | 60 |
| 3.7 | Rancangan Kuesioner | 60 |
| | | |
| BAB IV | HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | |
| 4.1 | Hasil Penelitian | |
| 4.1.1 | Gambaran Umum Perusahaan..... | 61 |
| 4.2 | Analisis Deskriptif | 65 |
| 4.2.1 | Karakteristik Responden Distro Cosmic | 65 |
| 4.2.2 | Tanggapan Konsumen di Distro Cosmic berdasarkan empat indikator mengenai harga produk Distro Cosmic | 68 |
| 4.2.2.1 | Rekapitulasi tanggapan konsumen mengenai harga | 72 |
| 4.2.3 | Tanggapan konsumen mengenai desain produk | 74 |
| 4.2.3.1 | Rekapitulasi tanggapan konsumen mengenai desain produk..... | 83 |
| 4.2.4 | Tanggapan konsumen mengenai keputusan pembelian | 84 |
| 4.2.4.1 | Rekapitulasi tanggapan konsumen mengenai keputusan pembelian..... | 91 |
| 4.3 | Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian... | 92 |
| 4.3.1 | Uji Validitas Variabel Harga..... | 92 |
| 4.3.2 | Uji Validitas Variabel Desain Produk..... | 93 |
| 4.3.3 | Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian | 94 |
| 4.3.4 | Hasil Uji Reliabilitas | 95 |
| 4.4 | Analisis Verifikatif..... | 96 |
| 4.4.1 | Analisis Regresi Linier Berganda | 96 |

| | |
|---|------------|
| 4.4.2 Analisis Korelasi Berganda..... | 98 |
| 4.4.3 Pengujian Hipotesis..... | 100 |
| 4.4.3.1 Pengujian Hipotesis Simultan (Uji F)..... | 100 |
| 4.4.3.2 Pengujian Hipotesis Parsial (Uji T) | 101 |
| 4.5 Analisis Koefisien Determinasi..... | 103 |
| 4.6 Pembahasan..... | 105 |
| 4.6.1 Pembahasan Deskriptif | 105 |
| 4.6.1.1 Analisis mengenai harga | 106 |
| 4.6.1.2 Analisis mengenai desain produk | 108 |
| 4.6.1.3 Analisis mengenai keputusan pembelian | 110 |
| 4.6.2 Pembahasan Verifikatif..... | 113 |
| 4.6.2.1 Pengaruh harga dan desain produk terhadap keputusan pembelian | 113 |
| 4.6.2.2 Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian | 115 |
| 4.6.2.3 Pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian..... | 116 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | |
| 5.1 Kesimpulan | 119 |
| 5.2 Saran..... | 120 |
| DAFTAR PUSTAKA | 123 |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN | |

DAFTAR TABEL

| No. | Judul | Halaman |
|-----|--|---------|
| 1.1 | Kontribusi Subsektor Industri Kreatif di Kota Bandung | 2 |
| 1.2 | Jenis Industri Kreatif <i>Fashion</i> di Kota Bandung..... | 3 |
| 1.3 | <i>Market Share</i> Distro di Kota Bandung Tahun 2017..... | 5 |
| 1.4 | Data Pendapatan Penjualan Distro Cosmic tahun 2016- 2017 | 5 |
| 1.5 | Hasil Data Pra Survey Bauran Pemasaran | 7 |
| 1.6 | Perbandingan Harga dan Desain Produk Kaos Dengan Distro Pesaing..... | 9 |
| 2.1 | Penelitian terdahulu | 27 |
| 3.1 | Operasionalisasi variabel..... | 37 |
| 3.2 | Jumlah pengunjung pada Distro Cosmic BandungTahun 2017 | 43 |
| 3.3 | Skala Likert | 53 |
| 3.4 | Kategori Skala | 54 |
| 3.5 | Interpretasi terhadap hubungan korelasi..... | 57 |
| 4.1 | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 67 |
| 4.2 | Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia..... | 68 |
| 4.3 | Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendapatan Per- bulan | 68 |
| 4.4 | Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pekerjaan | 69 |
| 4.5 | Tanggapan Konsumen Mengenai Harga Produk Sesuai dengan Kualitas | 70 |
| 4.6 | Tanggapan Konsumen Mengenai Harga Produk Terjangkau | 71 |
| 4.7 | Tanggapan Konsumen Mengenai Harga produk sesuai dengan manfaat..... | 71 |
| 4.8 | Tanggapan Konsumen Mengenai Harga Produk lebih terjangkau dibanding pesaing | 72 |

| | | |
|------|---|----|
| 4.9 | Rekapitulasi Tanggapan Konsumen Mengenai Harga | 73 |
| 4.10 | Tanggapan Konsumen Mengenai Kesesuaian Ukuran Produk..... | 75 |
| 4.11 | Tanggapan Konsumen Mengenai Kemenarikan Model Produk..... | 76 |
| 4.12 | Tanggapan Konsumen Mengenai Sablon Gambar | 76 |
| 4.13 | Tanggapan Konsumen Mengenai Keragaman Model Produk..... | 77 |
| 4.14 | Tanggapan Konsumen Mengenai Kenyamanan Bahan..... | 78 |
| 4.15 | Tanggapan Konsumen Mengenai Daya Tahan Sablon Gambar | 79 |
| 4.16 | Tanggapan Konsumen Mengenai Kekuatan Jahitan | 80 |
| 4.17 | Tanggapan Konsumen Mengenai Kekuatan Bahan Produk..... | 80 |
| 4.18 | Tanggapan Konsumen Mengenai Kemudahan Memperbaiki Produk | 81 |
| 4.19 | Tanggapan Konsumen Mengenai Kebanggaan Akan Produk Cosmic | 82 |
| 4.20 | Rekapitulasi Tanggapan Konsumen Mengenai Desain Produk..... | 83 |
| 4.21 | Tanggapan Konsumen Mengenai Pemilihan Produk | 85 |
| 4.22 | Tanggapan Konsumen Mengenai Pemilihan Merek | 86 |
| 4.23 | Tanggapan Konsumen Mengenai Pemilihan Penyalur Produk Berdasarkan Desain Produk..... | 87 |
| 4.24 | Tanggapan Konsumen Mengenai Siklus Pembelian Secara Rutin | 88 |
| 4.25 | Tanggapan Konsumen Mengenai Jumlah Pembelian Produk..... | 89 |
| 4.26 | Tanggapan Konsumen Mengenai Kemudahan Metode Pembayaran | 90 |
| 4.27 | Rekapitulasi Tanggapan Konsumen Mengenai Keputusan Pembelian | 91 |

| | | |
|------|---|-----|
| 4.28 | Hasil Uji Validitas Variabel Harga..... | 93 |
| 4.29 | Hasil Uji Validitas Variabel Desain Produk..... | 94 |
| 4.30 | Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian | 95 |
| 4.31 | Hasil Uji Reliabilitas Keseluruhan Variabel | 96 |
| 4.32 | Analisis Regresi Linier Berganda..... | 97 |
| 4.33 | Kriteria Interpretasi Koefisien Korelasi..... | 99 |
| 4.34 | Analisis Korelasi Berganda | 99 |
| 4.35 | Pengujian Hipotesis Simultan..... | 101 |
| 4.36 | Pengujian Hipotesis Parsial | 102 |
| 4.37 | Koefisien Determinasi Simultan..... | 103 |
| 4.38 | Koefisien Determinasi Parsial | 104 |

DAFTAR GAMBAR

| No. | Judul | Halaman |
|------------|---|----------------|
| 2.1 | Paradigma Penelitian | 36 |
| 4.1 | Struktur organisasi distro Cosmic | 63 |
| 4.2 | Logo Distro Cosmic | 64 |
| 4.3 | Garis kontinum variabel harga | 73 |
| 4.4 | Garis kontinum variabel desain produk..... | 84 |
| 4.5 | Garis kontinum variabel keputusan pembelian | 92 |