

**ANALISIS PENGARUH DESAIN, IKLAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
PENGAMBILAN KEPUTUSAN DALAM MEMBELI PRODUK DI “PUTRA OBOR
FASHION ”DI KOTA KECAMATAN JATINOM**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen**

**Peminatan :
Manajemen Pemasaran**



Diajukan Oleh :

FIRDA ALWIANSYAH

NIM. 2021100014

FAKULTAS EKONOMI

**UNIVERSITAS WIDYA DHARMA KLATEN
Agustus 2024**

HALAMAN PERSETUJUAN

**ANALISIS PENGARUH DESAIN, IKLAN DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN
DALAM MEMBELI PRODUK PUTRA OBOR FASHION DI
JATINOM**

Diajukan Oleh:

FIRDA ALWIANSYAH

2021100014

Telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan tim penguji Skripsi Fakultas Ekonomi
Univesitas Widya Dharma Klaten

Pada tanggal

Dewan Penguji Skripsi

Pembingbing I



Dr.H. Arif Julianto, SN SE.M.Si.
NIK.690 301 250

Pembingbing II



Jarot Prasetyo, S.E. M.Si
NIK. 690 301 251

Mengetahui

Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Hj .Anis Mariukah, S.E, M.M
NIK. 690 994 143

HALAMAN PENGESAHAN

**ANALISIS PENGARUH DESAIN, IKLAN DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN
DALAM MEMBELI PRODUK PUTRA OBOR FASHION DI
JATINOM**

Diajukan Oleh:

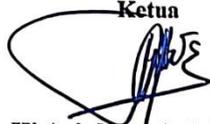
FIRDA ALWIANSYAH

2021100014

Telah dipertahankan dan disetujui oleh Dewan Penguji Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Widya Dharma Klaten dan diterima untuk memenuhi sebagian persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen

Pada tanggal.....

Ketua



Dr. Hj. Anis Marukah, S.E., M.M.
NIK. 690 994 143

Sekretaris



Sarwono Nursito, S.E., M.Sc.
NIP.197612152005011001

Pembimbing Utama



Dr. H. Arif Julianto, SN SE, M.Si.
NIK.690 301 250

Pembimbing Pendamping



Jasot Prasetyo, S.E, M.Si.
NIK. 690 301 251

Disahkan Oleh:

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. H. Arif Julianto, SN SE, M.Si.
NIK.690 301 250

PERNYATAAN BEBAS PLAGIATISME

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Firda Alwiansyah

NIM : 2021100014

Jurusan : Manajemen

Fakultas : Ekonomi

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “ANALISIS PENGARUH DESAIN, IKLAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN DALAM MEMBELI PRODUK DI PUTRA OBOR FASHION DI JATINOM” adalah benar-benar karya saya sendiri dan bebas dari plagiat. Hal-hal yang bukan merupakan karya saya dalam skripsi ini telah diberi tandasitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila kemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pembatalan Ijazah dan pencabutan gelar yang saya peroleh dari skripsi ini.

Klaten,2024

Yang membuat pernyataan,



(Firda Alwiansyah)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji Syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis persembahkan skripsi ini untuk orang-orang yang senantiasa mendukung, membantu dan mendoakan dalam proses meraih gelar Sarjana Manajemen, diantaranya :

1. Orang tua saya, Bapak Iriyanto S.pd dan Ibu Sri Mulyani yang tercinta, karena selalu memberikan kasih sayang yang tak kurang-kurang, perhatian, Do'a, dukungan baik moril maupun materi dan fasilitas yang dibutuhkan selama penyusunan skripsi ini.
2. Kakak-kakakku tersayang Kartikasari,S.E, Nurul Khoiriyani,S.E, Rivan Dwi Prasetya,S.Kom, Nur Dina Hapsari,S.M, Muhammad Rizal Alfiansyah, S.M, yang senantiasa memberiku dukungan, semangat dan keceriaan.
3. Seluruh dosen Program Studi Manajemen yang telah memberikan banyak ilmu, pembelajaran dan pengalaman.
4. Pimpinan dan karyawan Putra Obor Fashion Jatinom yang telah memberikan izin melakukan penelitian dan membantu dalam proses pengambilan data.
5. Teman-teman seperjuangan di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi angkatan 2021.
6. Semua sahabat-sahabatku dan orang yang tersayang.
7. Almamater kebanggaan.

MOTTO

“Kesalahan yang paling besar bukanlah kegagalan, tetapi BERHENTI dan MENYERAH sebelum merasakan **KEBERHASILAN.**”

“Jangan lakukan semua yang kamu ketahui, jangan belanja semua yang kamu miliki, jangan percaya semua yang kamu dengar dan jangan memberitahu semua yang kamu dengar.”

“Tiada Sukses diraih tanpa keterlibatan Orang Lain, pandai membawa diri di setiap **PERGAULAN** adalah Ilmu hidup yang Mutlak dimiliki oleh setiap orang yang mau **SUKSES.**”

“Belajar Tenang karena saya pernah menyesal karena Terburu-buru. Berhenti marah karena saya sering melihat Penyesalan karena Amarah. Belajar Ikhlas karena saya tau Allah itu Adil. Belajar serius karena saya sudah harus **MENATA HIDUP**”

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Desain produk, Kualitas produk, dan Iklan sosial media terhadap keputusan dalam membeli peoduk putra obor fashion di Jatinom”. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian persyaratan gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Widya Dharma Klaten.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak mendapat bimbingan dari segala pihak-pihak yang telah memberikan segala bantuan, motivasi dorongan dan saran hingga terselesaikannya skripsi ini.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah yang dikaruniakan kepada penulis, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.
2. Prof. Dr. H. Triyono, M.Pd., selaku Rektor Universitas Widya Dharma Klaten.
3. Dr.H.Arif Julianto, SN SE.M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Widya Dharma Klaten.
4. Dr.Hj.Anis Marjukah, S.E, M.M., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Widya Dharma Klaten dan Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan selama penulis menjalankan empat tahun pendidikan.
5. Dr.H. Arif Julianto, SN SE.M.Si. selaku Dosen Pembimbing I yang telah berkenan memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis dalam menyusun skripsi.

6. Jarot Prasetyo, S.E, M.Si, selaku Dosen Pembimbing II yang telah berkenan memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis dalam menyusun skripsi.
7. Segenap dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi yang telah memberikan banyak ilmu dan pelayanan yang baik selama penulis menempuh pendidikan.
8. Semua pihak yang telah berkontribusi dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh sebab itu penulis menerima masukan, kritik dan saran yang membangun guna demi meningkatkan kualitas skripsi ini di masa mendatang dan mengembangkan ilmu pengetahuan. Besar harapan penulis, sekiranya skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Klaten, 09 Agustus 2024

Penulis,

Firda Alwiansyah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIATISME	iii
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Alasan Pemilihan Judul.....	3
C. Penegasan Judul.....	3

D. Perumusan Masalah	4
E. Tujuan Penelitian	4
F. Manfaat Penelitian	5
G. Sistematika Penulisan	6

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Pemasaran	8
B. Desain Produk	9
C. Periklanan	10
D. Perilaku Konsumen	16
E. Keputusan Pembeli	24
F. Hubungan Iklan Terhadap Keputusan Membeli	32
G. Kerangka Pemikiran	32
H. Hipotesis	33

BAB III METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian	35
B. Lokasi dan Objek Penelitian	36
C. Batasan Penelitian	36
D. Definisi Operasional	36
E. Keputusan Membeli	39
F. Obyek Penelitian	41
G. Metode Pengumpulan Data	44
H. Uji Instrumen Penelitian	45

I. Teknik Analisis Data.....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Identifikasi Responden.....	52
B. Uji Instrumen Penelitian	54
C. Analisis Data.....	59
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan	67
B. Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kerangka Model	26
Tabel 3.1 Bagan uji F.....	32
Tabel 4.1 Bagan Uji t.....	33
Tabel 4.1 Responden berdasarkan Usia.....	35
Tabel 4.2 Responden berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	36
Tabel 4.3 Uji validitas Desain Produk (X_1)	36
Tabel 4.4 Uji validitas Iklan (X_2).....	37
Tabel 4.5 Uji validitas Kualitas Produk (X_3).....	39
Tabel 4.9 Uji validitas Keputusan Pembelian(Y)	40
Tabel 4.8 Hasil uji reliabilitas	40
Tabel 4.9 Analisis Regresi Linier Berganda	40

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikiran.....	33
Gambar 3.1 Kurva Uji t	51
Gambar 4.1 Hasil Analisis uji t Desain Produk	63
Gambar 4.2 Hasil Analisis uji t Iklan.....	63
Gambar 4.3 Hasil Analisis uji t Kualitas Produk.....	64
Gambar 4.4 Hasil Analisis uji F.....	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 :Surat permohonan Kuesioner

Lampiran 2 : Kuesioner

Lampiran 3 :Tabulasi Data Skor Angket Variabel Desain Produk

Lampiran 4 :Tabulasi Data Skor Angket Variabel Kualitas Produk

Lampiran 5 :Tabulasi Data Skor Angket Variabel Iklan

Lampiran 6: Tabulasi Data Skor Angket Variabel Keputusan Pembelian

Lampiran 7 : Hasil SPSS Correlation

Lampiran 8 : Hasil SPSS Reliability

Lampiran 9 : Hasil SPSS Regeression

Lampiran 10 : Distribusi r tabel

Lampiran 11 : Distribusi t tabel

Lampiran 12 : Distribusi f tabel

ABSTRAK

Firda Alwiansyah, NIM. 2021100014, Skripsi, 2024, Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Widya Dharma Klaten, Analisis Pengaruh Desain, Iklan Dan Kualitas Produk Terhadap Pengambilan Keputusan Dalam Membeli Produk Putra Obor Fashion Pada Bisnis Ritel Di Kota Kecamatan Kabupaten Klaten.

Tujuan Penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis Pengaruh Desain produk, Kualitas produk, dan Iklan sosial media terhadap keputusan dalam membeli produk Putra Obor Fashion di Jatinom. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner pada Putra Obor Fashion di Jatinom yang dilaksanakan pada 65 Masyarakat di Jatinom. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan bantuan SPSS20. Metode pengumpulan data dilakukan penyebaran kuesioner secara langsung pada responden. Teknik pengujian data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linier berganda, uji hipotesis, dan uji koefisien determinasi..

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda dihasilkan persamaan regresi linier berganda yaitu $Y = 13,883 + 0,236X_1 + 0,624X_2 + 0,190X_3$, menunjukkan bahwa konstanta 13,883 berarti tanpa ada variabel X_1 (desain produk), X_2 (kualitas produk) dan X_3 (iklan) keputusan pembelian mempunyai nilai sebesar 13,883 satuan kinerja. Dari hasil uji F, Keputusan pembelian produk Putra obor fashion $F_{hitung} > F_{tabel} = 20,194 > 2,755$ diketahui nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} , sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel yang terdiri dari desain produk, Kualitas produk dan iklan berpengaruh secara signifikan pada variabel keputusan pembelian. Desain Produk berpengaruh sebesar =0,236 satuan, Kualitas Produk sebesar =0,624 satuan dan iklan berpengaruh sebesar = 0,190 dengan asumsi variabel bebas sama dengan nol, sehingga jika dinaikkan 1 satuan maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,236 satuan untuk Desain Produk, 0,624 satuan Kualitas Produk dan 0,190 satuan untuk iklan

Kata Kunci : Desain Produk, Kualitas Produk , dan Iklan Sosial Media

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam era perdagangan bebas, kini telah menjadi pergeseran strategi pemasaran yang berorientasi pada pelanggan. Strategi pemasaran sangat penting dalam suatu perusahaan, karena perusahaan harus bisa memahami dan memenuhi baik perilaku maupun kebutuhan pelanggan untuk mencapai kepuasan pelanggan. Menurut (Kotler dan

Keller, 2017) pada suatu bisnis dapat sukses jika berhasil memperhatikan, mempertahankan dan menumbuhkan pelanggan. Menurut (Kotler dan Keller,2016) perilaku konsumen belajar tentang individu, kelompok, dan organisasi menyeleksi, membeli, menggunakan, dan mendisposisikan barang, jasa, gagasan atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

Dalam pengambilan keputusan pembelian produk konsumen dipengaruhi beberapa faktor yang ada dalam suatu produk yang akan dibeli. Faktor yang pertama, desain produk. Desain produk adalah kemampuan untuk me-make up atau mengemas suatu produk di mana produk tersebut baik barang atau jasa yang tujuan utamanya untuk didistribusikan langsung pada konsumen. Dan menjadi hal pertama yang akan menjadi pertimbangan pokok sebelum produk tersebut dilempar atau ditawarkan pada konsumen.

Kedua, iklan produk. Iklan adalah suatu pesan tentang barang atau jasa yang dibuat oleh pembuat barang yang di sampaikan lewat media cetak, audio dan elektronik yang ditujukan kepada masyarakat umum. Iklan ini untuk mendorong membujuk khalayak ramai agar tertarik pada barang atau jasa yang ditawarkan. Selain faktor desain dan iklan produk, keputusan pembelian produk juga dipengaruhi oleh kualitas produk. Kualitas produk merupakan faktor terpenting dalam menjalankan suatu bisnis, yang mana kualitas produk sangat menentukan tingkat kepuasan konsumen. Kualitas produk yang tinggi biasanya diikuti oleh harga yang relatif tinggi dan meningkatkan suatu keuntungan bagi perusahaan. Berdasarkan pertimbangan tingkat harga produk yang dapat dijangkau oleh konsumen, maka strategi tentang kualitas produk harus mempertimbangkan masyarakat konsumen yang akan dituju. Juga perlu dipertimbangkan waktu penggunaannya serta strategi dari para pesaing.

Putra Obor fashion merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang konveksi. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang konveksi, mempertahankan dan selalu memperbaiki kualitas produk demi terwujudnya kepuasan pelanggan terhadap produk tersebut. Untuk memenuhi kualitas produk yang baik maka harus meningkatkan mutu, desain, iklan dan kreasi berbagai model fashion.

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti tertarik ingin mengembangkan penelitian yang berjudul **“ANALISIS PENGARUH DESAIN, IKLAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN DALAM MEMBELI PRODUK DI “PUTRA OBOR FASHION JATINOM ”**

B. Alasan Memilih Judul

Pemilihan judul yang dilakukan penulis seperti yang tercantum dalam skripsi ini didasari oleh alasan :

1. Lokasi penelitian agar menghemat waktu dan tenaga serta dengan mudah untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian.
2. Peneliti memiliki akses untuk dapat melakukan penelitian ditempat tersebut.
3. Untuk mengetahui seberapa besar analisis pengaruh desain, iklan dan kualitas produk terhadap pengambilan keputusan dalam membeli produ di Putra Obor Fashion.

C. Penegasan Judul

Untuk menghindari kesalahan pahaman tentang judul skripsi diatas, maka penulisan memberikan penegasan judul sebagai berikut :

1. Desain produk adalah usaha untuk menentukan sejenis produk yang sesuai dengan keinginan para konsumen. Desain merupakan wujud lahiriyah yang tampak mengenai garis (*line*), bentuk (*form*), dan warna (*colour*). (Atieng)
2. Iklan merupakan bentuk presentasi nonpersonal dari promosi produk melalui sponsor yang jelas. Jika menggunakan iklan, maka perusahaan harus mengeluarkan biaya yang cukup besar. (Tatik Suryani, 2013:141)
3. Kualitas produk menunjukkan ukuran tahan lamanya produk itu, dapat dipercayanya produk tersebut, ketepatan (*precision*) produk, mudah mengoperasikan dan memeliharanya serta atribut lain yang bernilai. (Oentoro, 2012 : 127) maka penelitian ini mengambil judul “**Analisis Pengaruh Iklan, Desain, Dan Kualitas Produk Terhadap Pengambilan Keputusan Dalam Membeli Produk Di Putra Obor Jatinom**”.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dibuat perumusan masalah sebagai berikut:

1. Seberapa besar pengaruh iklan, desain dan kualitas produk terhadap keputusan membeli produk di Putra Obor Jatinom?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah iklan, desain dan kualitas produk berpengaruh pada keputusan membeli di Putra Obor Jatinom.

F. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Memberi tambahan wawasan dan pengetahuan peneliti serta sebagai bahan perbandingan antara teori yang di dapat mengenai iklan, desain, kualitas produk dan keputusan pembelian dengan kenyataan yang ada diperusahaan.

2. Bagi perusahaan

Untuk menambah pengetahuan tentang masalah yang dihadapi perusahaan khususnya di bidang manajemen pemasaran dan penyelesaian masalah tersebut. Dan sebagai pengaplikasian teori yang sudah diperoleh di bangku perkuliahan.

3. Bagi pihak lain

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber informasi bagi peneliti lain mengenai iklan, desain dan kualitas produk terhadap keputusan beli masyarakat.

D. Sistematika Penulisan

Untuk memahami isi dan uraian dari aktivitas penulisan dengan judul yang dimaksud, maka perlu adanya sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Mencakup latar belakang masalah, alasan memilih judul, penegasan judul, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi mengenai kajian teori yang terdiri dari desain, iklan, kualitas, pengambilan keputusan, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang metodologi penelitian yang digunakan penulis untuk melakukan penelitian antara lain lokasi dan waktu penelitian, batasan penelitian, definisi operasional, teknik pengumpulan data, dan uji instrumen penelitian.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan membahas tentang data-data yang telah diolah menggunakan SPSS 19.0 dan didalamnya ada uji validitas dan reliabilitas, jawaban responden terhadap pertanyaan kuisisioner, analisis data dan uji hipotesis.

BAB V : SIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini dipaparkan simpulan dari hasil pembahasan yang dilakukan pada bab-bab diatas, kemudian memberikan saran yang diharapkan dapat dimanfaatkan oleh perusahaan yang ditelt

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dari pengaruh desain, iklan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian putra obor fashion di Jatinom dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis kualitatif disimpulkan dengan 65 orang responden, sebagian besar responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 39 orang dengan presentase 60% dan perempuan sebanyak 26 orang dengan presentase 40%, untuk tingkat usia paling banyak 16-25 th dengan presentase 36,92% dan untuk jenis pekerjaan paling banyak yaitu pelajar/mahasiswa dan wirausaha dengan masing-masing presentase sebanyak 33,9%
2. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda dihasilkan persamaan regresi linier berganda yaitu $Y = 13,883 + 0,236X_1 + 0,624X_2 + 0,190X_3$, menunjukkan bahwa konstanta 13,883 berarti tanpa ada variabel X_1 (desain produk), X_2 (kualitas produk) dan X_3 (iklan) masih ada keputusan pembelian mempunyai nilai sebesar 13,883 satuan kinerja.
3. Dari hasil uji F, Keputusan pembelian produk Putra obor fashion $F_{hitung} > F_{tabel} = 20,194 > 2,755$ diketahui nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} , sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.
4. Variabel yang terdiri dari desain produk, Kualitas produk dan iklan berpengaruh secara signifikan pada variabel keputusan pembelian. Desain Produk berpengaruh sebesar =0,236 satuan, Kualitas Produk sebesar =0,624 satuan dan iklan berpengaruh sebesar =

0,190 dengan asumsi variabel bebas sama dengan nol, sehingga jika dinaikkan 1 satuan maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,236 satuan untuk Desain Produk, 0,624 satuan Kualitas Produk dan 0,190 satuan untuk iklan.

5. Koefisien determinan (*Adjusted R Square*) sebesar 0,474 atau 47,4%. Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase pengaruh variabel bebas Desain Produk (X_1), Kualitas Produk (X_2) dan iklan sosial media (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y), dan besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dalam penelitian ini adalah 47,4%. Sedangkan sisanya yaitu 52,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang belum diteliti.

B. Saran

Berdasarkan uraian dan kesimpulan diatas, maka peneliti memberi masukan sebagai pertimbangan perusahaan didalam mengambil kebijakan dimasa yang akan datang sebagai pertimbangan perusahaan untuk memperhatikan hal apa yang dapat meningkatkan keputusan pembelian berdasarkan penelitian yang dilakukan yaitu :

1. Perusahaan Putra obor fashion disarankan untuk mengembangkan desain produk yang lebih baik lagi agar mampu bersaing dengan desain produk merek lain, sehingga adanya desain produk baru, agar konsumen menjadi tertarik untuk membeli produk Putra obor fashion di wilayah Jatinom.
2. Perusahaan di sarankan untuk mampu mempertahankan Kualitas Produk yang sudah mampu mempengaruhi masyarakat akan keputusan pembelian produk Putra obor fashion di masyarakat Jatinom
3. Iklan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi sikap konsumen terhadap sebuah produk, apabila iklan semakin baik dan menarik maka akan menimbulkan sikap

yang positif, sifat positif akan menimbulkan rasa suka akan produk produk Putra obor fashion.

4. Kepada peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel lainnya seperti harga, pelayanan distributor yang sekiranya dapat memperkuat penelitian ini.