

Abstrak

Perkembangan toko mebel di Indonesia mengalami peningkatan karena produknya telah diakui di dunia sebagai salah satu produk andalan, permintaan terhadap produk kerajinan dan mebel terus menerus meningkat karena kualitas dan promosi yang dilakukan oleh pengrajin. Sejalan dengan permintaan yang meningkat, toko mebel juga bertumbuh, terutama di Kota Karawang. Kota Karawang merupakan salah satu kota industri yang sedang bertumbuh dan permintaan akan mebel juga meningkat sejalan dengan bertumbuhnya rumah-rumah. Keadaan ini menuntut para pemilik toko mebel untuk memikirkan strategi pemasaran yang tepat dan sesuai, sehingga calon konsumen memiliki minat untuk membeli produk-produk toko mebel tersebut.

Populasi penelitian ini berasal dari seluruh konsumen Toko Mebel Suka Jadi. Konsumen sebagai sampel diambil dari populasinya dengan menggunakan *purposive sampling*. Metode analisa data yang digunakan adalah model regresi berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan kualitas tidak memiliki pengaruh terhadap minat beli, merek memiliki pengaruh positif terhadap minat beli, kemasan tidak memiliki pengaruh terhadap minat beli, harga memiliki pengaruh positif terhadap minat beli, ketersediaan memiliki pengaruh positif terhadap minat beli, dan kualitas, merek, kemasan, harga, dan ketersediaan secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap minat beli.

Kata kunci: kualitas, merek, kemasan, harga, ketersediaan, dan minat beli.

Abstract

The development of a furniture store in Indonesia increased because products have been recognized in the world as one of main products, the demand for handicraft products and furniture constantly increasing because of the quality and promotion done by craftsmen. As demand increases, the furniture store is also growing, especially in the city of Karawang. City of Karawang is one of the growing industrial cities and the demand for furniture has also increased in line with the growth of the houses. This situation demands the furniture store owner to think of a proper marketing strategy and appropriate, so that potential customers have the interest to buy the products of the furniture store.

The population of this research comes from all consumers Toko Mebel Suka Jadi . Consumers in the sample taken from the population by using purposive sampling. Data analysis method used is multiple regression model.

The results of this study demonstrate the quality did not have an influence on purchase interest, the brand has a positive influence on the purchase interest, the packaging does not have an influence on purchase interest, prices have a positive influence on the purchase interest, availability has a positive influence on purchase interest and quality, brand, packaging , price, and availability together have an influence on purchase interest.

Keywords: quality, brand, packaging, price, availability, and purchase interest.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR	iv
SURAT PERNYATAAN TIDAK MENGGUNAKAN DATA PERUSAHAAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRACT	ix
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Kegunaan Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Kajian Pustaka	7
2.1.1. Pemasaran	7
2.1.1.2. Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	8
2.1.1.2.1. Product (Produk)	9
2.1.1.2.2. Price (Harga)	9
2.1.1.2.3. Place (Tempat/Distribusi)	11
2.1.1.2.4. Promotion (Promosi)	11
2.1.2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi	12
2.1.2.1. Kualitas Produk	12
2.1.2.2. Merek (Brand)	14
2.1.2.2.1. Tingkatan Loyalitas Merek	16
2.1.2.3. Kemasan	18
2.1.2.4. Harga (Price)	19
2.1.2.4.1. Tujuan Penetapan Harga	19
2.1.2.5. Ketersediaan	21
2.1.3. Minat Beli	21
2.1.4. Riset Empiris	24

2.1.5. Rerangka Teori	27
2.2. Rerangka Pemikiran	28
2.3. Pengembangan Hipotesis	29
2.4. Model Penelitian	30
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Objek Penelitian	31
3.1.1. Jenis Penelitian	33
3.2. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengumpulan Sampel	34
3.2.1. Populasi	34
3.2.2. Sampel	34
3.2.3. Teknik Pengumpulan Sampel	34
3.3. Definisi Operasional Variabel	36
3.4. Teknik Pengumpulan Data	39
3.5. Teknik Analisis Data	39
3.6. Uji Asumsi Klasik	40
3.6.1. Metode Analisis Linier Berganda	43
3.6.2. Pengujian Dengan Uji F	44
3.6.3. Pengujian Dengan Uji t	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1. Hasil Penelitian	47
4.1.1. Hasil Penelitian Berdasarkan Data Demografis	47
4.1.2. Uji Deskriptif Untuk Jawaban Responden	50
4.1.2.1. Variabel Kualitas Produk	50
4.1.2.2. Variabel Merek Produk	52
4.1.2.3. Variabel Kemasan Produk	53
4.1.2.4. Variabel Harga Produk	55
4.1.2.5. Variabel Ketersediaan Produk	57
4.1.2.7. Variabel Minat Beli Produk	58
4.1.3. Uji Instrumen	60
4.1.3.1. Uji Validitas	60
4.1.3.2. Uji Reliabilitas	61
4.1.3.3. Uji Asumsi Klasik	62
4.1.3.3.1. Uji Normalitas	62
4.1.3.3.2. Uji Multikolinieritas	63
4.1.3.3.3. Uji Heteroskedastitas	64
4.1.4. Uji Hipotesis	65
4.1.4.1. Uji Regresi Berganda	65
4.1.4.2. Uji Koefisien Determinasi	68
4.2. Interpretasi Hasil Penelitian	69

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	70
5.2. Keterbatasan Penelitian	71
5.3. Saran	72
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN	80
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS (<i>CURRICULUM VITAE</i>)	85



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Omset Toko Mebel Suka Jadi.....	5
Gambar 2.1 Piramida Loyalitas Merek.....	16
Gambar 2.2 Rerangka Teori	27
Gambar 2.3 Rerangka Pemikiran	28
Gambar 2.4 Model Penelitian.....	29
Gambar 4.1 Uji Normalitas	62
Gambar 4.2 Uji Heteroskedastitas.....	64



DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 2.1	Hasil Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.1	Operasional Variabel Penelitian	37
Tabel 3.2	Skala Penilaian Untuk Pernyataan Positif dan Negatif ...	40
Tabel 4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Usia	48
Tabel 4.3	Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
Tabel 4.4	Responden Berdasarkan Pengeluaran	49
Tabel 4.5	Responden Berdasarkan Kunjungan	49
Tabel 4.6	Responden Berdasarkan Pernah Membeli Mebel	50
Tabel 4.7	Kualitas Toko Mebel Suka Jadi Memiliki Ketahanan	50
Tabel 4.8	Kualitas Produk yang Dijual Kuat dan Tidak Mudah Rusak	51
Tabel 4.9	Kinerja Produk Sudah Memiliki Daya Tahan Terhadap Rayap	51
Tabel 4.10	Toko Mebel Suka Jadi Sudah Menjual Produk Yang Beragam	52
Tabel 4.11	Toko Mebel Suka Jadi Menjual Merek Yang Dikenal Oleh Responden	52
Tabel 4.12	Toko Mebel Suka Jadi Menjual Merek Favorit Di Kalangan Responden	53
Tabel 4.13	Toko Mebel Suka Jadi Memiliki Kemasan Produk Yang Tahan Lama	54
Tabel 4.14	Kemasan Toko Mebel Suka Jadi Bisa Bermanfaat Untuk Hal Lain	54
Tabel 4.15	Kemasan Toko Mebel Suka Jadi Ramah Lingkungan	55
Tabel 4.16	Harga Toko Mebel Suka Jadi Terjangkau	55
Tabel 4.17	Harga Toko Mebel Suka Sesuai Dengan Kualitas Produknya	56
Tabel 4.18	Toko Mebel Suka Jadi Memberikan Diskon Kepada Produk Baru	56
Tabel 4.19	Toko Mebel Suka Jadi Memiliki Ketersediaan Produk ..	57
Tabel 4.20	Toko Mebel Suka Jadi Mempunyai Barang Yang Terkenal	57
Tabel 4.21	Display Produk Toko Mebel Suka Jadi Menarik Hati Responden	58
Tabel 4.22	Produk Toko Mebel Suka Jadi Memenuhi Kebutuhan ... Respoden	58
Tabel 4.23	Produk Toko Mebel Suka Jadi Membuat Responden Tertarik	59
Tabel 4.24	Responden Ingin Membeli Produk Saat Berkunjung Ke Toko Mebel Suka Jadi	59
Tabel 4.25	Uji Validitas	60
Tabel 4.26	Uji Reliabilitas	61
Tabel 4.27	Uji Multikolineritas	63

Tabel 4.28	Uji Regresi Berganda	66
Tabel 4.29	Uji ANOVA	67
Tabel 4.30	Uji Koefisien Determinasi	68



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuisisioner	Halaman 85
------------	-------------------	---------------

