

**PENGARUH DESAIN PRODUK, HARGA DAN MEREK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KACAMATA PADA CV. ROSA GRUP  
PERSADA (OPTIK ROSA) PALEMBANG**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat  
Guna Mencapai Gelar Sarjana**



**Diajukan Oleh :**

**HIDAYAT ASMIN  
NPM. 17.01.11.0122**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS TRIDINANTI  
PALEMBANG**


**2021**


UNIVERSITAS TRIDINANTI  
FAKULTAS EKONOMI  
PALEMBANG

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : HIDAYAT ASMIN  
Nomor Pokok/NIRM : 17.01.11.0122  
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen  
Jenjang Pendidikan : Strata I  
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran  
Judul Skripsi : PENGARUH DESAIN PRODUK, HARGA DAN  
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN KACAMATA PADA CV. ROSA  
GRUP PERSADA (OPTIK ROSA)  
PALEMBANG

Pembimbing Proposal

Tanggal 13/4/2022 Pembimbing I:  Lusli Nargis, S.E., M.Si  
NIDN: 0222036101

Tanggal 13/04/22 Pembimbing II:  Herlan Junaidi, SE, M.Si  
NIDN: 0219086101

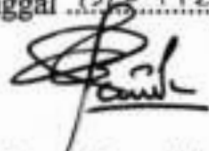
Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi  
Tanggal 13/04/22



Dr. Msy, Mikial, SE, AK, CA, CSRS  
NIDN: 0205026401

Ka. Prodi Manajemen  
Tanggal 13/04/22

  
Mariyam Zanariah, S.E, MM  
NIDN: 0222096301

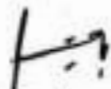
144/PS/DFE/22


UNIVERSITAS TRIDINANTI  
FAKULTAS EKONOMI  
PALEMBANG

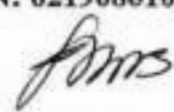
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : HIDAYAT ASMIN  
Nomor Pokok/NIRM : 17.01.11.0122  
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen  
Jenjang Pendidikan : Strata I  
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran  
Judul Skripsi : PENGARUH DESAIN PRODUK, HARGA DAN  
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN KACAMATA PADA CV. ROSA  
GRUP PERSADA (OPTIK ROSA)  
PALEMBANG

Penguji Skripsi

Tanggal 13/04/22 Ketua Penguji :  Luslia Nargis, S.E., M.Si  
NIDN: 0222036101

Tanggal 13/04/22 Penguji I :  Herlan Junaidi, S.E., M.Si  
NIDN: 0219086101

Tanggal 13/04/22 Penguji II :  Firdaus Sianipar, SE., M.M  
NIDN: 0203066401

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi

Tanggal 13/04/22



Dr. Misy Mikial, SE, AK, CA, CSRS

Ka. Prodi Manajemen

Tanggal 13/04/22

Mariyam Zanariah, S.E, MM

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **Motto:**

**“Jika kau tidak mau mengambil risiko, kau tidak dapat menciptakan masa depan.”**

**-Monkey D. Luffy (One Piece)-**

**“Untuk mendapatkan kesuksesan, keberanianmu harus lebih besar daripada ketakutanmu.”**

**-Han Juno (Eureka Seven)-**

### **Persembahan:**

- 1. Kedua orang tua.**
- 2. Seluruh keluarga besar.**
- 3. Para dosen yang kuhormati.**
- 4. Teman-teman seperjuangan.**
- 5. Almamaterku**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hidayat Asmin  
Nomor Pokok/NPM : 17.01.11.0122  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Manajemen  
Jenjang Pendidikan : Strata 1 (S1)  
Judul Skripsi : Pengaruh Desain Produk, Harga Dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kacamata Pada CV. Rosa Grup Persada (Optik Rosa) Palembang.

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dengan segala konsekuensinya. Demikianlah, surat pernyataan bebas plagiat ini dibuat sebagai mana mestinya dan benar adanya.

Palembang, 8 April 2022



Hidayat Asmin

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT atas hidayah, rahmat, dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul **“PENGARUH DESAIN PRODUK, HARGA DAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KACAMATA PADA CV. ROSA GRUP PERSADA (OPTIK ROSA) PALEMBANG”**, sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Universitas Tridinanti Palembang.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak, baik berupa dukungan moral, bimbingan, semangat, petunjuk, dan saran baik secara tertulis maupun lisan. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini dengan penuh ketulusan hati penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Ir. Hj. Manisah, M.P selaku Rektor Universitas Tridinanti Palembang.
2. Ibu Dr. Msy Mikial, S.E., M.Si, Ak, CA, CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang.
3. Ibu Maryam Zanariah, S.E., M.M selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Tridinanti Palembang.
4. Ibu Lusya Nargis, S.E., M.Si selaku pembimbing utama yang telah meluangkan banyak waktu untuk membimbing, mengoreksi, dan memotivasi penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.

5. Bapak Herlan Junaidi, S.E., M.Si selaku pembimbing kedua yang telah meluangkan banyak waktu untuk membimbing, mengoreksi, dan memotivasi penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
6. Seluruh Bapak dan Ibu dosen yang telah memberi bimbingan selama masa studi.
7. Keluarga besarku yang telah membantu selama proses perkuliahan hingga bisa menyelesaikan pendidikan ini dan menyanggah gelar sarjana.
8. Teman-teman seperjuangan yang telah menyemangati, membantu, dan memberikan masukan bagi skripsiku.
9. Semua pihak yang banyak memberikan bantuan secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis juga menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak sekali terdapat keterbatasan dan kekurangan, sehingga isi dan bentuk skripsi ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari para pembaca.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, terutama para pembaca.

Palembang, September 2021

Penulis

## DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
ABSTRAK .....	xiv
RIWAYAT HIDUP.....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	7
2.1 Desain Produk .....	7
2.1.1 Definisi Desain Produk.....	7
2.1.2 Tujuan Desain Produk .....	8
2.1.3 Indikator Desain Produk .....	8
2.1.4 Strategi dalam Melaksanakan Proses Produk Desain.....	9
2.1.5 Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	9
2.2 Harga .....	10
2.2.1 Definisi Harga.....	10
2.2.2 Peranan Harga.....	11
2.2.3 Strategi Penetapan Harga.....	12
2.2.4 Metode Penetapan Harga .....	14
2.2.5 Tujuan Penetapan Harga.....	15
2.2.6 Indikator Harga .....	17
2.2.7 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	19
2.3 Merek (Brand) .....	20



2.3.1 Definisi Merek (Brand).....	20
2.3.2 Manfaat Merek.....	22
2.3.3 Cara Membangun Merek yang Kuat.....	25
2.3.4 Citra Merek .....	26
2.3.5 Indikator Merek .....	28
2.3.6 Pengaruh Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	29
2.4 Keputusan Pembelian .....	30
2.4.1 Definisi Keputusan Pembelian.....	30
2.4.2 Proses Pengembalian Keputusan .....	31
2.4.3 Faktor-Faktor Keputusan Pembelian .....	32
2.4.4 Indikator Keputusan Pembelian.....	34
2.5 Penelitian Relevan .....	35
2.6 Kerangka Berpikir .....	35
2.7 Hipotesis Penelitian.....	37
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>59</b>
3.1 Tempat dan Waktu .....	59
3.1.1 Tempat Penelitian .....	59
3.1.2 Waktu Penelitian.....	59
3.2 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data .....	59
3.2.1 Sumber dan Jenis Data.....	59
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data.....	60
3.3 Populasi, dan Sampel .....	61
3.3.1 Populasi.....	61
3.3.2 Sampel .....	62
3.3.3 Teknik Sampling.....	63
3.4 Rancangan Penelitian .....	64
3.5 Variabel dan Definisi Operasional .....	65
3.6 Instumen Penelitian .....	66
3.7 Pengujian Instrumen.....	67
3.7.1 Uji Validitas .....	67
3.7.2 Uji Reliabilitas .....	68
3.8 Teknik Analisis Data .....	69

3.9 Uji Asumsi Klasik .....	71
3.9.1 Uji Normalitas.....	71
3.9.2 Uji Heteroskedasitas .....	72
3.9.3 Uji Multikolinieritas .....	73
3.10 Analisis Regresi Linear Berganda .....	73
3.11 Analisis Koefisien Korelasi.....	74
3.12 Analisis Koefisien Determinasi ( <b>R<sup>2</sup></b> ) .....	75
3.13 Uji Hipotesis.....	75
3.13.1 Signifikasi Silmutan (Uji F).....	75
3.13.2 Signifikasi Parsial (Uji T) .....	76
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>77</b>
4.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	77
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan .....	77
4.1.2 Visi Dan Misi Perusahaan.....	78
4.1.3 Struktur Organisasi .....	79
4.2 Uji Validitas .....	79
4.2.1 Uji Validitas Desain Produk (X1).....	80
4.2.2 Uji Validitas Harga (X2).....	81
4.2.3 Uji Validitas Merek (X3).....	82
4.2.4 Uji Validitas Keputusan Pembelian Konsumen (Y) .....	83
4.3 Uji Reliabilitas.....	84
4.4 Analisis Regresi Berganda .....	85
4.5 Analisis Koefisien Korelasi (r).....	87
4.6 Analisis Koefisien Determinasi ( <b>R<sup>2</sup></b> ) .....	89
4.7 Uji Asumsi Klasik .....	90
4.7.1 Uji Normalitas.....	90
4.7.2 Uji Multikolinieritas .....	90
4.7.3 Uji Heteroskedatisitas .....	91
4.8 Uji Hipotesis.....	92
4.8.1 Uji Simultan (Uji F).....	92
4.9.2 Uji Parsial (Uji t).....	94
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>97</b>

5.1 Kesimpulan.....	97
5.2 Saran .....	98

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	35
Tabel 3.1 Waktu Penelitian .....	59
Tabel 3.2 Variabel dan Definisi Operasional .....	65
Tabel 3.3 Skala Likert .....	67
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Desain Produk (X1) .....	80
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Harga (X2) .....	82
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Merek (X3).....	83
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian Konsumen (Y).....	84
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas .....	85
Tabel 4.6 Hasil Analisis Regresi Berganda .....	86
Tabel 4.7 Hasil Analisis Koefisien Korelasi (R).....	87
Tabel 4.8 Hasil Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	89
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas .....	90
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinieritas .....	91
Tabel 4.11 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	92
Tabel 4.12 Hasil Uji Parsial (Uji t) .....	94

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir Penelitian.....	36
Gambar 4.1 Struktur Organisasi CV. Rosa Grup Persada .....	79
Gambar 4.2 Uji Heteroskedastisitas .....	91

## ABSTRAK

**HIDAYAT ASMIN. 2021. Pengaruh Desain Produk, Harga, dan Merek. Skripsi. Fakultas Ekonomi, Program Studi Manajemen S1, Universitas Tridinanti Palembang. (Dibawah bimbingan Ibu Lusia Nargis, S.E., M.Si dan Bapak Herlan Junaidi, S.E., M.Si)**

Tujuan dalam penelitian adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Desain Produk (X1), Harga (X2), Merek (X3) terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen CV. Rosa Grup Persada Palembang. Sampel yang digunakan sebagai objek dalam penelitian ini 54 konsumen. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *Acidental Sampling*. Pengumpulan data melalui kuesioner atau angket. Teknik analisis yang digunakan adalah Uji Statistik melalui uji t test, F test, koefisien determinasi ( $R^2$ ), dan uji regresi linier berganda. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan alat bantu SPSS *Statistic 16*.

Berdasarkan hasil uji t test menunjukkan bahwa variabel Desain Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen, variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen, variabel Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Hasil uji F test menunjukkan bahwa Desain Produk (X1), Harga (X2), dan Merek (X3) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y). Sedangkan hasil koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,380 ini berarti kontribusi variabel independen mempengaruhi variabel dependen (Keputusan Pembelian Konsumen) sebesar 38% sedangkan sisanya sebesar 62% dipengaruhi variabel lain di luar model.

**Kata Kunci:** Desain Produk, Harga, Merek, Keputusan Pembelian Konsumen

## **RIWAYAT HIDUP**

Hidayat Asmin, dilahirkan di Palembang pada tanggal 31 Maret 1999 sebagai anak Kedua dari pasangan Bapak Asmin dan Ibu Ningsih Kliwon.

Pendidikan Sekolah Dasar (SD) di SD Negeri 151 Palembang dan tamat pada tahun 2011. Pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMP Karya Ibu Palembang dan tamat pada tahun 2014. Pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMA Negeri 13 Palembang dan tamat pada tahun 2017. Pada tahun 2017 melanjutkan di Perguruan Tinggi Swasta, tepatnya di Universitas Tridianti Palembang (UTP) Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen.

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Saat ini, industri bisnis di penjuru dunia sedang mengalami perkembangan yang sangat pesat. Hal tersebut juga terjadi di Indonesia meskipun Indonesia merupakan Negara berkembang sekalipun. Perkembangan industri bisnis yang sangat pesat menyebabkan munculnya persaingan bisnis yang semakin hari semakin kompetitif. Setiap perusahaan atau pelaku bisnis tentu dituntut untuk mampu memanfaatkan peluang yang ada dan memiliki suatu keunggulan tertentu guna menghadapi paman baru yang bermunculan dalam dunia bisnis tersebut.

Banyak pelaku usaha yang saat ini mengembangkan bisnisnya dan semakin banyak pada pelaku konsumen untuk lebih cermat lagi dalam hal menentukan produk yang akan dibeli dari para pelaku usaha tersebut. Sebagai pelaku usaha atau wirausahawan perlu adanya riset terlebih dahulu karena setiap konsumen memiliki sifat, kegiatan, dan kebutuhan yang berbeda-beda. Selain itu agar barang yang akan diproduksi sesuai dengan sasaran yang dituju. Seperti halnya sebagian masyarakat lebih mementingkan gaya hidup. Dan disitula peranan seorang pelaku usaha harus tetap ada dalam meningkatkan produk mereka. Dalam bersaing pelaku usaha harus memiliki visi strategi yang berguna untuk mengambil keputusan dimana, kapan, tempat, dan bagaimana cara untuk bersaing. Setelah pelaku usaha mengetahui itu semua, maka dapat dikatakan bahwa mereka siap untuk bersaing.



Kacamata menjadi kebutuhan yang wajib bagi setiap orang yang mempunyai masalah pada bagian matanya. Kacamata berfungsi untuk membantu seorang agar tidak kesulitan membaca dan melihat jarak dekat maupun jauh, akan tetapi menggunakan kacamata terus-menerus mengakibatkan minus pada bagian mata. Pemakaian kacamata harus menggunakan kacamata sesuai kebutuhan agar minus tidak bertambah.

Optik Rosa Bukit terletak di Jalan Srijaya Negara No. 991 C Bukit Lama Ilir Barat I Kota Palembang Sumatera Selatan 30129 Indonesia. Optik Rosa Bukit berdiri sejak tahun 2015 yang merupakan toko khusus kacamata, baik untuk pria maupun wanita. Optik Rosa Bukit menjual barang yang berkualitas tinggi, dan dapat bersaing baik.

Desian Produk merupakan salah satu faktor utama yang sangat penting untuk mendukung dalam memasarkan sebuah produk. Para konsumen di era saat ini lebih memilih untuk memperhatikan desain produk yang kekinian. Disamping itu, mereka para konsumen juga memperhatikan hal-hal yang sangat mempengaruhi gaya hidup mereka.

Sering kali dalam penggunaan kacamata pada gagang atau penyangga pada hidung yang sering mengganggu dan meninggalkan tanda kemerahan di kulit, sehingga mengganggu penampilan. Oleh karena itu Optik Rosa Palembang menyediakan alternatif lain sebagai pengganti kacamata yaitu soflens. Soflens merupakan solusi menjadi penunjang penampilan bagi masyarakat.

Harga merupakan salah satu acuan terpenting dalam memutuskan barang yang akan dibeli. Setiap konsumen memiliki kepentingan dan daya beli yang berbeda-beda. Oleh karena itu, setiap konsumen sangat memperhatikan harga produk.

Harga menjadi faktor utama yang dapat mempengaruhi pilihan konsumen, untuk itu sebelum menetapkan suatu harga, sebaiknya perusahaan melihat beberapa referensi harga suatu produk yang dinilai cukup tinggi dalam penjualan.

Berbicara mengenai harga, Optik Rosa Palembang memiliki varian harga yang beragam yang dapat dibeli dari kalangan mana saja. Masyarakat daerah Palembang ini tertarik untuk memutuskan pembelian barang di Optik Rosa Palembang karena mereka melihat harga yang sangat terjangkau dan produk Optik Rosa Palembang juga memiliki desain dan satu merek yang sudah sangat populer saat ini.

Merek merupakan salah satu alasan untuk pertimbangan dalam menentukan suatu alasan untuk pertimbangan dalam menentukan suatu keputusan untuk pembelian. Konsumen ingin bergaya dalam bidang fashion dengan cara memiliki merek yang populer dan trend saat ini. Selain itu merek juga dapat memberi rasa percaya diri untuk setiap individu.

Mendefinisikan merek sebagai aset yang menciptakan nilai bagi pelanggan dengan meningkatkan kepuasan dan menghargai kualitas.

Optik Rosa Palembang merupakan salah satu merek yang terkenal dikalangan anak muda yang berada di Palembang. Masyarakat di daerah ini

memiliki persepsi bahwa produk kacamata di Optik Rosa Palembang adalah produk yang sangat bagus karena memiliki brand terkenal. Selain itu, mereka juga melihat kualitas yang dimiliki oleh produk Optik Rosa Palembang.

Penelitian tertarik untuk melakukan penelitian di daerah Palembang melihat daerah banyak anak muda jaman sekarang.

Dari beberapa uraian yang sudah dipaparkan oleh penulis tersebut di atas, penulis tertarik untuk meneliti dengan mengambil judul **“Pengaruh Desain Produk, Harga dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kacamata pada CV. Rosa Grup Persada (Optik Rosa) Palembang”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan permasalahan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan seperti yang diuraikan di bawah ini:

1. Apakah desain produk, harga dan merek berpengaruh secara silmutan (bersama-sama) terhadap keputusan pembelian konsumen di CV. Rosa Grup Persada (Optik Rosa) Palembang?
2. Apakah Desain Produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian kosumen di CV. Rosa Grup Persada (Optik Rosa) Palembang?
3. Apakah Harga produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen di CV. Rosa Grup Persada (Optik Rosa) Palembang?
4. Apakah Merek produk berpengaruh secara pasiall terhadap keputusan pembellian konsumen di CV. Rosa Grup Persada (Optik Rosa) Palembang?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh desain produk, harga dan merek secara silmutan terhadap keputusan pembelian kacamata di CV. Rosa Grup Persada (Optik Rosa) Palembang.
2. Untuk mengetahui pengaruh desain produk secara parsial terhadap keputusan pembelian kacamata di CV. Rosa Grup Persada (Optik Rosa) Palembang.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga produk secara parsial terhadap keputusan pembelian kacamata di CV. Rosa Grup Persada (Optik Rosa) Palembang.
4. Untuk mengetahui pengaruh merek produk secara parsial terhadap keputusan pembelian kacamata di CV. Rosa Grup Persada (Optik Rosa) Palembang.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan dari pelaksanaan penelitian ini adalah:

1. Bagi Peneliti
  - a. Untuk menambah pengetahuan tentang masalah yang dihadapi perusahaan khususnya bidang manajemen sumber daya manusia dan penyelesaian masalah tersebut.

- b. Penerapan wawasan dan ilmu yang diperoleh dibangku perkuliahan dalam memberikan masukan atau gagasan pemecahan masalah yang dihadapi perusahaan.

2. Bagi Akademis

- a. Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah bahan bacaan (literature) mengenai masalah manajemen sumber daya manusia khususnya komunikasi, lingkungan kerja, budaya organisasi dan kinerja karyawan untuk bahan pengambilan keputusan dan bahan studi.

3. Bagi Perusahaan

- a. Merupakan informasi masukan yang dapat dipakai sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk masa yang akan datang.
- b. Dapat mengevaluasi faktor-faktor yang berpengaruh dalam proses produksi khususnya terhadap komunikasi, lingkungan kerja, budaya organisasi dan kinerja karyawan dalam perusahaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, Rahman. 2010. *Administrasi Perpajakan*. Bandung : Nuansa.
- Abdullah, Sani. 2013. *Inovasi Pembelajaran*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Andi Saputra. Skripsi, 2015. “Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Mio Fino”, *Undergraduate Thesis of Universitas Kristen Satya Wacana*. Dalam <http://repository.uksw.edu>. Diakses 25 Februari 2017.
- Aaker, David. A, 2010. *Manajemen Ekuitas Merek*. Alih Bahasa; Aris Ananda. Edisi revisi. Mitra Utama, Jakarta
- Assauri, S. (2014). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Buchari Alma, (2011), *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Cetakan Kesembelian, Alfabeth, Bandung.
- Bangun, Cindy Pratiwi Br. 2018. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Sophie Paris pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara*. Medan: Universitas Sumatera Utara.
- Engel, Blackwell, Miniard. (2013). *Perilaku Konsumen*. Tangerang: Binarupa Aksara
- Heizer, Jay and Render, Barry. (2007). *Operations Management*, 8th Edition, Pearson Prentice Hall. New Jersey.
- Hermawan Kartajaya. 2010. *Perjalanan Pemikiran Konsep Pemasaran Hermawan Kartajaya*. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama \_\_\_\_\_ Kartajaya. et al. 2010. *On Branding*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary, (2014), *Principles of Marketing, 12th Edition*, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa: A.B. Susanto. Jilid 1 dan 2. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kotler Philip, Armstrong Gary. 2013. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi ke-12. Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016): *Marketing Management, 15th Edition* New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.

- Sangadji, E.M., dan Sopiah. 2013. *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Satria Adhi Wicaksono. Skripsi, 2015. "Pengaruh Merek dan Desain Terhadap Minat Beli Konsumen", *Undergraduate Thesis of Universitas Negeri Semarang*. Dalam <http://lib.unnes.ac.id/21460>. Diakses tanggal 15 Desember 2016.
- Setyaningrum, Ary dkk. 2015. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Andi. Yogyakarta.
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Suharno dan Yudi Sutarso. 2010. *Marketing In Practice*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tjiptono, Fandy. 2010, *Strategi Pemasaran*, Edisi 2, Andi Offset, Yogyakarta.
- \_\_\_\_\_, 2010. *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*. Andi Offset, Yogyakarta.