

# PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN TAS CARRIER EIGER DI JAKARTA

Gilang Revolusi Ramadhan Z<sup>1</sup>

---

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian konsumen tas Carrier Eiger di Jakarta. Terdapat fenomena terjadinya tren *backpacker* di kota besar, persaingan ketat dari lima merek besar di Jakarta, Eiger menempati peringkat pertama di tahun 2010 dari segi kualitas, dan konsumen juga ingin desain menarik selain kualitas. Peneliti berniat untuk mengetahui apakah dengan meningkatnya kualitas produk dan desain produk berpengaruh dengan keputusan pembelian konsumen tas Carrier Eiger di Jakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan jenis penelitiannya adalah *causal study*, yang menjelaskan hubungan kausal antara variabel bebas dan terikat melalui pengujian hipotesis. Data dikumpulkan dari konsumen tas Carrier Eiger sebanyak 112 orang. Dari 112 responden, hanya 100 yang layak dianalisis. Untuk mengukur pengaruh kualitas produk digunakan kuesioner dengan 15 item pernyataan, desain produk dengan 3 item, dan keputusan pembelian 4 item pernyataan. Hasil penelitian tersebut menunjukkan hasil sebagai berikut : (1). Secara bersama-sama kualitas produk dan desain produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan *p value* atau sig. sebesar 0,00018 ( $<0,05$ ) dan kualitas produk berpengaruh secara dominan; (2) Kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian yang ditunjukkan dari nilai *p value* atau sig. sebesar 0,00012 ( $<0,05$ ) dan koefisien regresi +0,222; dan (3) desain produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Kontribusi variabel kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian sebesar 35,7%.

***Kata Kunci*** : *Kualitas Produk, Desain Produk, dan Keputusan Pembelian*

---

<sup>1</sup> Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Bakrie

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN DESAIN PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN TAS  
CARRIER EIGER DI JAKARTA**  
**Gilang Revolusi Ramadhan Z<sup>2</sup>**

---

**ABSTRACT**

The purpose of this study was to determine the effect of product quality and product design to consumer purchasing decisions Carrier bag Eiger in Jakarta. There is a phenomenon of the backpacker trend in big cities, fierce competition from five major brands in Jakarta, Eiger ranked first in the year 2010 in terms of quality, and consumers also want to design attractive addition to quality. Researchers intend to determine whether the increase in product quality and product design influence the purchasing decisions of consumers Carrier bag Eiger in Jakarta. This study used a quantitative approach and the type of research is a causal study, which describes causal relationship between independent and dependent variables through hypothesis testing. Data collected from consumers Carrier bag Eiger 112 people. Of the 112 respondents, only 100 eligible analyzed. To measure the effect of the quality of the products used a questionnaire with 15 items of the statement, product design with 3 items and 4 items purchase decision statement. The results showed the following results : (1) Taken together product quality and product design has a positive and significant impact on purchasing decisions with p value or sig. of 0.00018 ( $< 0.05$ ) and the dominant influence product quality, (2) Product quality has a positive and significant influence on purchasing decisions are shown on the p value or sig. of 0.00012 ( $< 0.05$ ) and the regression coefficient +0.222, and (3) the design of the product does not affect the purchase decision . Contributions variable product quality and product design to the purchasing decision of 35.7 %.

***Keywords** : Product Quality , Product Design and Purchasing Decisions*

---

<sup>2</sup> Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Bakrie