

**PERANCANGAN USULAN UNTUK MENINGKATKAN MINAT
BELI PADA PT NIAGA KARYA KREATIF BERDASARKAN
FAKTOR YANG MEMENGARUHI**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar
Sarjana dalam bidang ilmu Teknik Industri

Disusun oleh:

Nama : Alfonsus George Bayu Putra

NPM : 2016610030



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI
JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
2022**

**PROPOSED DESIGN TO INCREASE PURCHASE INTEREST
IN PT. NIAGA KARYA KREATIF BASED ON AFFECTING
FACTORS**

SKRIPSI

Submitted to fulfill one of the requirements to achieve a degree
Bachelor in Industrial Engineering

Arranged by:

Name : Alfonsus George Bayu Putra

NPM : 2016610030



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI
JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
2022**

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN BANDUNG**



Nama : Alfonsus George Bayu Putra
NPM : 2016610030
Program Studi : Sarjana Teknik Industri
Judul Skripsi : PERANCANGAN USULAN UNTUK MENINGKATKAN
MINAT BELI PADA PT NIAGA KARYA KREATIF
BERDASARKAN FAKTOR YANG MEMENGARUHI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Bandung, Agustus 2022

**Ketua Program Studi Sarjana
Teknik Industri**

(Dr. Cecilia Tesavrita, S.T., M.T.)

Pembimbing Tunggal

(Cherish Rikardo, S.Si., M.T.)



Jurusan Teknik Industri
Fakultas Teknologi Industri
Universitas Katolik Parahyangan

Pernyataan Tidak Mencontek atau Melakukan Tindakan Plagiat

Saya, yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Alfonsus George Bayu Putra

NPM : 2016610030

dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

“PERANCANGAN USULAN UNTUK MENINGKATKAN MINAT BELI PT NIAGA KARYA KREATIF BERDASARKAN FAKTOR YANG MEMENGARUHI”

adalah hasil pekerjaan saya dan seluruh ide, pendapat atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan jika pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan, maka saya bersedia menanggung sanksi yang akan dikenakan kepada saya.

Bandung,

Alfonsus George Bayu Putra
2016610030

ABSTRAK

PT. Niaga Karya Kreatif atau bisa disebut Visval adalah salah satu perusahaan produksi yang bergerak dibidang fashion yang berpusat di Bandung. PT. Niaga Karya Kreatif ini bertempat di Bandung dan sudah berdiri sejak 2014. Produk yang ada pada produsen ini terdapat berbagai macam jenis tas mulai dari *backpack* hingga *camera bag*. Visval memiliki kendala dalam pemenuhan target penjualan. Visval beranggapan bahwa hal tersebut disebabkan oleh kurangnya minat beli dari konsumen.

Ada berbagai faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen. Pada penelitian ada beberapa faktor yang digunakan pada penelitian ini yaitu harga, kualitas, merek/*brand image*, dan juga promosi. Tujuan penelitian ini adalah memberikan usulan yang dapat dilakukan untuk dapat meningkatkan penjualan. Proses pengumpulan data dilakukan dengan melakukan wawancara dengan konsumen untuk mengumpulkan faktor yang paling penting saat akan membeli tas. Kemudian dilakukan perancangan dan penyebaran kuesioner agar mendapatkan data yang dapat diolah. Pengolahan data menggunakan metode regresi linier berganda. Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa variabel harga, kualitas, merek/*brand image*, dan promosi berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat beli konsumen. Kemudian variabel kualitas dan merek/*brand image* berpengaruh secara parsial terhadap minat beli konsumen. Salah satu usulan yang telah dibuat adalah mengadakan perlombaan desain sebuah tas, yang kemudian akan dipilih yang terbaik dan akan direalisasikan.

Kata kunci : minat beli, harga, kualitas, *brand image*, promosi, regresi linier berganda

ABSTRACT

PT. Niaga Karya Kreatif or can be called Visval is a production company engaged in fashion based in Bandung. PT. Niaga Karya Kreatif is located in Bandung and has been around since 2014. The products that this manufacturer provides are various kinds of bags ranging from backpacks to camera bags. Visval has problems in meeting sales targets. There is interest that this is caused by a lack of buying from consumers.

There are various factors that influence consumer buying interest. In this study there are several factors used in this study, namely price, quality, brand / brand image, and also promotion. The purpose of this study is to provide suggestions that can be done to increase sales. The data collection process is carried out by conducting interviews with consumers to collect the most important factors when buying a bag. Then do the design and distribution of questionnaires in order to obtain data that can be processed. Data processing using multiple linear regression method. The results of data processing show that the variables of price, quality, brand / brand image, and promotions have a joint effect on consumer buying interest. Then the variables of quality and brand / brand image have a partial effect on consumer buying interest. One of the suggestions that have been made is to hold a bag design competition, which will then be selected the best and will be realized.

Key words: *buying interest, price, quality, brand image, promotion, multiple linear regression*

DAFTAR TABEL

Tabel III.1	Definisi Operasional Variabel dan Pernyataan	III-3
Tabel III.2	Hasil Uji Validitas	III-9
Tabel III.3	Uji Reliabilitas.	III-10
Tabel III.4	Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	III-11

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1	Data Penjualan Berbagai Produk di E-Commerce.....	I-2
Gambar I.2	Beberapa Contoh <i>Backpack</i> Visval	I-2
Gambar I.3	Hasil <i>Preliminary Research</i>	I-4
Gambar I.4	Metodologi Penelitian.....	I-7
Gambar III.1	Model Penelitian	III-2
Gambar III.2	Diagram Pie Kategori Jenis Kelamin	III-5
Gambar III.3	Diagram Pie Kategori Usia	III-6
Gambar III.4	Diagram Pie Kategori Pekerjaan	III-6
Gambar III.5	Diagram Pie Kategori Penghasilan Per Bulan	III-7
Gambar III.6	Diagram Pie Kategori Sumber Informasi	III-7
Gambar III.7	Diagram Pie Kategori Domisili.....	III-8
Gambar III.8	Uji Normalitas.....	III-11
Gambar III.9	Uji F	III-12
Gambar IV.1	Contoh Polling/Voting Pada Media Sosial Instagram.....	IV-5
Gambar IV.2	Contoh Selebaran atau <i>Posting-an</i> Lomba.....	IV-5

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A Hasil Pengujian Regresi

LAMPIRAN B Data Jawaban Responden

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas pimpinan dan pertolongan-Nya, penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Skripsi ini berjudul:

“PERANCANGAN USULAN UNTUK MENINGKATKAN MINAT BELI PADA PT. NIAGA KARYA KREATIF BERDASARKAN FAKTOR YANG MEMPENGARUHI”

Dalam ini penulis menyadari bahwa proses pembuatan skripsi ini tentunya tidak lepas dari bantuan berbagai pihak melalui dukungan doa, motivasi, serta kritik dan saran. Ucapan terima kasih sebesar-besarnya saya sampaikan kepada:

1. Ibu Cherish Rikardo, S.Si., M.T. selaku Dosen Pembimbing yang sudah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, motivasi serta saran.
2. Kepada para Dosen Teknik Industri yang ikut serta membantu dan memberi saran dalam penulisan Tugas Akhir ini.
3. Kepada Orang Tua yang telah mendukung dalam doa, motivasi dan dalam segala hal. Semoga kelak dapat membanggakan Keluarga.
4. Kepada Perusahaan PT. Niaga Karya Kreatif, yang memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian terkait perusahaannya.
5. Seluruh teman-teman Teknik Industri 2016 yang telah membantu dan memberikan semangat agar dapat menyelesaikan Skripsi.

Akhir kata, penulis berharap laporan penelitian ini dapat bermanfaat bagi para pembaca. Terima kasih.

Bandung, 6 Agustus 2022

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	I-1
I.1 Latar Belakang Permasalahan.....	I-1
I.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah	I-3
I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi.....	I-5
I.4 Tujuan Penelitian.....	I-5
I.5 Manfaat Penelitian.....	I-6
I.6 Metodologi Penelitian	I-6
I.7 Sistematika Penulisan	I-8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	II-1
II.1 Pemasaran	II-1
II.2 Harga Produk	II-2
II.3 Kualitas Produk	II-2
II.4 Merek/ <i>Brand Image</i>	II-3
II.5 Promosi	II-4
II.6 Minat Beli	II-4
II.7 Regresi Linier	II-5
II.7.1 Uji Validitas	II-6
II.7.2 Uji Reliabilitas.....	II-6
II.7.3 Uji Normalitas.....	II-7
II.7.4 Uji F.....	II-7
II.7.4 Uji T.....	II-8
BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	III-1
III.1 Identifikasi Variabel.....	III-1

III.2	Perancangan Kuesioner	III-2
III.3	Karakteristik Responden.....	III-5
III.4	Pengolahan Hasil Kuesioner.....	III-8
III.4.1	Uji Validitas	III-8
III.4.2	Uji Reliabilitas.....	III-10
III.4.3	Uji Normalitas.....	III-11
III.4.4	Regresi Linier Berganda.....	III-11
III.4.5	Uji F.....	III-12
III.4.6	Uji T.....	III-13
BAB IV ANALISIS DAN USULAN.....		IV-1
IV.1	Analisis Model Penelitian	IV-1
IV.2	Analisis Profil Responden	IV-2
IV.3	Analisis Usulan	IV-3
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		V-1
V.1	Kesimpulan.....	V-1
V.2	Saran.....	V-1

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

Pada bab berikut akan membahas terkait dengan latar belakang, identifikasi dan rumusan masalah, batasan dan asumsi yang digunakan, tujuan, manfaat, serta metodologi penelitian. Yang akan di bahas pertama adalah latar belakang masalah. Latar belakang masalah membahas terkait dengan alasan mengapa penelitian ini dilakukan.

I.1 Latar Belakang Masalah

Tas merupakan salah satu barang yang dibutuhkan ketika membawa barang dengan jumlah yang banyak. Tas juga sering digunakan oleh semua kalangan, baik dari kalangan atas maupun kalangan bawah, baik pria maupun wanita di segala usia. Selain untuk menyimpan barang, tas juga dapat digunakan untuk mendukung penampilan. Untuk memilih produk fashion seperti tas, memang tidaklah mudah. Selain dari segi kenyamanan, desain juga menjadi hal yang penting dalam memilih tas. Sama seperti halnya dengan pakaian, pemakaian jenis tas yang tepat juga mampu menunjang penampilan seseorang. Di sisi lain kehadiran produk yang menarik dan trendi dapat meningkatkan *prestige* atau *image* bagi yang memakainya.

Berbagai koleksi tas yang mengikuti perkembangan jaman ditawarkan para produsen dengan harga yang beragam. Tas dibuat dengan desain, pola, model, dan gambar yang menarik dan banyak variasinya supaya dapat memenuhi kebutuhan pemakainya. Pada setiap musim, selalu dihadirkan tas dengan desain-desain yang memadukan antara berbagai macam komponen seperti modern dengan fungsional. Sebagai pelanggan tentu saja bisa menentukan tas seperti apa yang akan dibeli. Pelanggan juga bisa memilih dan membandingkan tas antara satu produsen dengan produsen lainnya yang menjual tas. Yang nantinya akan terpilih tas dengan jenis seperti apa yang akan banyak peminatnya.

Dalam mencari tas, tentu saja tidak hanya mempertimbangkan jenisnya, tapi juga kualitas dan harganya. Sekarang sudah banyak merek lokal dengan kualitas bermutu dengan harga ramah di kantong sehingga tidak kalah dengan merek-merek impor yang beredar di pasaran.



Gambar I.1 Data Penjualan Berbagai Produk di *E-Commerce*.
(Sumber: digimind.id)

Berdasarkan Gambar I.1, pada bulan Januari hingga Februari 2022, jumlah penjualan untuk aksesoris pakaian yang dimana tas termasuk didalamnya, berada pada urutan ketiga sebagai produk yang diminati pada bulan tersebut. Salah satu produsen yang bergerak dalam bidang fashion terutama di produk tas adalah PT. Niaga Karya Kreatif, atau bisa disebut sebagai Visval. Berikut merupakan salah satu contoh produk tas Visval.



Gambar I.2 Beberapa Contoh Backpack Visval.
(Sumber: visval.co.id)

Akan tetapi, berdasarkan hasil wawancara, tren penjualan untuk produk tas ini tidak dialami oleh pihak Visval. Berdasarkan hasil wawancara juga Visval mengalami penurunan penjualan. Dari wawancara juga, Visval memiliki kesimpulan bahwa masalah ini disebabkan oleh rendahnya tingkat minat beli konsumen untuk produk mereka. Minat beli termasuk ke dalam bagian dari komponen perilaku sikap konsumen dalam mengkonsumsi suatu produk. Minat membeli juga menjadi bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi, kecenderungan respon untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan.

Dalam membeli sebuah tas, konsumen memiliki beberapa hal yang dipertimbangkan. Diantaranya faktor-faktor yang mempengaruhi seseorang saat membeli tas adalah harga dan promosi. Harga memang menjadi pertimbangan sebagian besar orang saat akan membeli sebuah produk. Orang-orang cenderung akan membeli produk yang terdapat potongan harga atau diskon. Potongan harga atau diskon merupakan bagian dari promosi yang dilakukan oleh produsen penjual produk, untuk menarik pembeli.

Dengan kehadiran dari koleksi tas terkini terutama untuk jenis backpack yang menawarkan harga yang beragam dengan design dan model yang menarik, Visval kini semakin mengalami persaingan di industri fashion. Karena ada banyak hal yang mempengaruhi minat beli, makanya perlu ada penelitian untuk mencari tahu faktor apa yang mempengaruhi kemudian penentuan usulan untuk meningkatkan minat beli.

I.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah

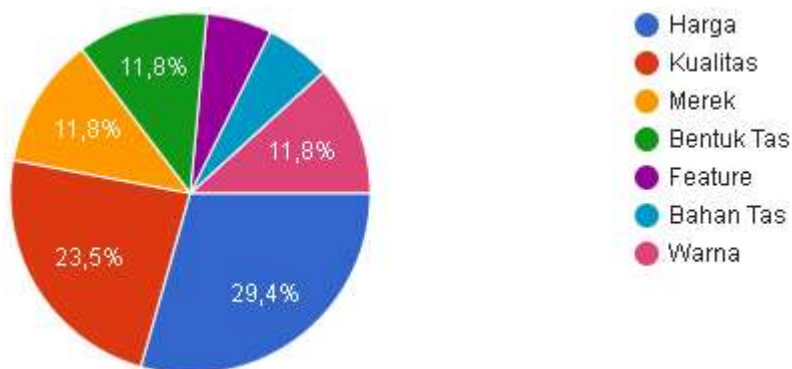
PT. Niaga Karya Kreatif adalah salah satu perusahaan produksi yang bergerak dibidang fashion yang berpusat di Bandung. PT. Niaga Karya Kreatif ini bertempat di Bandung dan sudah berdiri sejak 2014. Produk yang ada pada produsen ini terdapat berbagai macam jenis tas mulai dari backpack hingga camera bag.

PT. Niaga Karya Kreatif atau lebih dikenal dengan Visval lebih memperhatikan produk pada segi kualitasnya. Kemudian dilakukan wawancara dengan pihak Visval terkait masalah yang sedang dihadapi. Menurut Visval, masalah yang sedang dialami adalah terjadinya penurunan penjualan, yang menjadi penyebabnya adalah minat beli konsumen terhadap produk Visval

menurun. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan penurunan penjualan yang terjadi sebesar 12% pada kuartal keempat tahun 2021 ke kuartal pertama tahun 2022. Upaya yang telah dilakukan oleh Visval sendiri adalah dengan memberikan potongan harga pada produk. Potongan harga ini diterapkan di toko *offline* dan juga di toko *online*, sehingga semua konsumen dapat menerima keuntungan dari potongan harga ini.

Upaya lain yang dilakukan oleh pihak Visval untuk meningkatkan minat beli konsumen adalah dengan cara melakukan promosi secara *online*. Promosi dilakukan di beberapa media sosial seperti TikTok atau YouTube. Promosi ini berupa iklan yang lebih menunjukkan produk-produk yang baru akan dijual, atau produk-produk yang terdapat potongan harganya.

Dari upaya-upaya yang telah dilakukan tidak ada yang menunjukkan kenaikan pendapatan yang signifikan. Maka dari itu akan dilakukan penelitian terkait faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen. Sebagai tahap awal, akan dilakukan penelitian awal yang bertujuan untuk mengetahui hal yang paling dipertimbangkan saat membeli tas. Preliminary research ini dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan kepada beberapa orang. Berikut merupakan hasil dari penelitian awal.



Gambar 1.3 Hasil Penelitian Awal.

Pada Gambar 1.3 dapat dilihat terdapat tujuh hal yang paling dipertimbangkan konsumen saat akan membeli sebuah tas. Responden yang dipilih adalah responden yang membeli tas pada tiga bulan terakhir. Hasil terbanyak adalah harga yang paling dipertimbangkan, disusul oleh kualitas, kemudian merek, bentuk tas, dan warna. Setelah itu fitur dan bahan tas. Setelah

mendapatkan hasil dari penelitian awal, faktor-faktor yang tersisa untuk dijadikan variabel adalah harga, kualitas, dan merek. Berdasarkan faktor-faktor tersebut, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara faktor-faktor dengan minat beli dari responden penelitian awal yang telah dilakukan.

Dari identifikasi masalah di atas, kemudian ditentukan rumusan masalah yang menjadi fokus penelitian dan pengamatan. Berikut ini merupakan rumusan masalah yang ditentukan.

1. Apa saja yang menjadi faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen terhadap produk Visval?
2. Usulan apa saja yang dapat dilakukan untuk meningkatkan minat beli konsumen pada produk Visval?

I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi

Batasan masalah adalah ruang lingkup yang membatasi masalah agar tidak terlalu luas sehingga penelitian dapat dilakukan dengan lebih terfokus. Dari permasalahan yang telah teridentifikasi melalui pengamatan, maka dibuat batasan masalah. Batasan masalah dibuat agar penyelesaian masalah berfokus pada hal yang menjadi perhatian. Berikut merupakan batasan dari masalah yang teridentifikasi.

1. Penelitian hanya dilakukan terhadap produk tas dari Visval.
2. Penelitian ini dilakukan sampai pada tahap usulan terhadap PT. Niaga Karya Kreatif.

Asumsi adalah dugaan atau anggapan sementara yang belum terbukti kebenarannya dan memerlukan pembuktian secara langsung. Asumsi berguna untuk membantu proses perumusan masalah dan penyelesaiannya. Asumsi dibuat berdasarkan hasil pengamatan dan informasi yang belum diketahui sepenuhnya. Asumsi yang digunakan penelitian ini adalah tidak mengalami perubahan yang signifikan dari kualitas, jumlah pekerja dan juga jumlah biaya yang perlu dikeluarkan.

I.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian berfungsi untuk menjawab rumusan masalah yang telah dibuat. Selain itu tujuan penelitian dapat memberikan solusi atau usulan yang dapat diterapkan dalam menyelesaikan permasalahan yang diamati dalam sistem.

Tujuan ini merupakan hasil dari penelitian yang dilakukan. Penelitian yang dilakukan pada PT. Niaga Karya Kreatif (Visval & Esensi) memiliki tujuan sebagai berikut.

1. Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen terhadap produk Visval.
2. Menentukan usulan yang dapat dilakukan untuk meningkatkan minat beli konsumen.

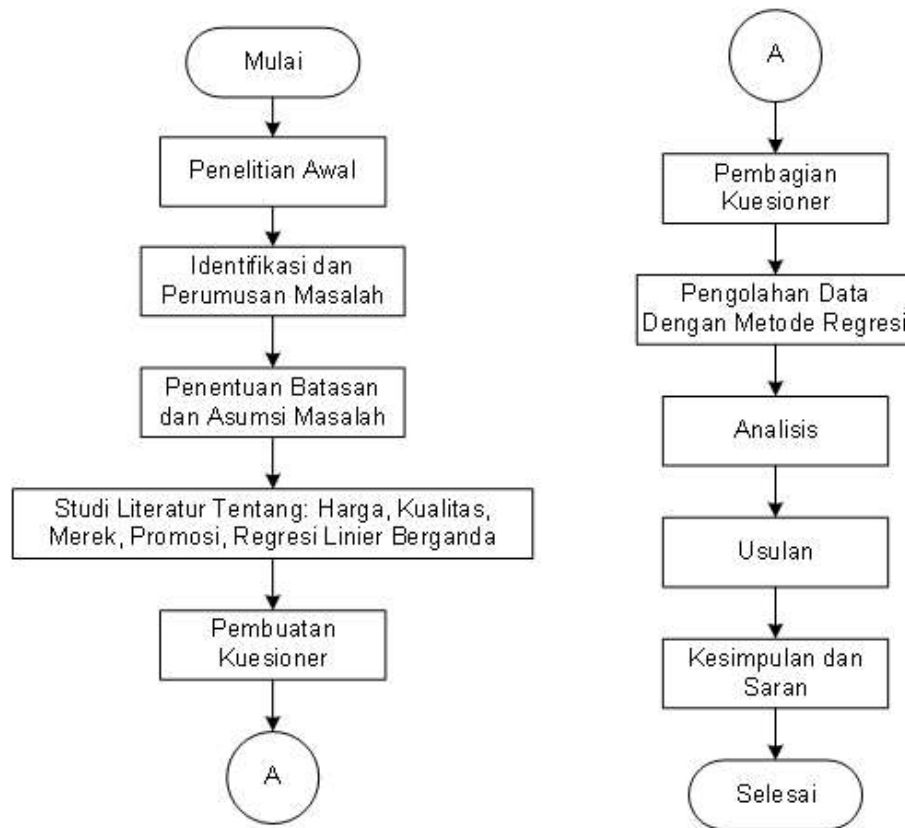
I.5 Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan di PT. Niaga Karya Kreatif (Visval & Esensi) diharapkan dapat mampu memberikan dampak dan manfaat baik terhadap perusahaan sendiri maupun terhadap pekerja. Manfaat-manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian dan pengamatan adalah sebagai berikut.

1. Dapat memberikan kontribusi positif dalam bidang keilmuan yang berkaitan dengan minat beli.
2. Dapat menjadi salah satu referensi dan masukan dalam pemasaran terutama untuk mengembangkan strategi pemasaran dan promosi guna meningkatkan penjualan.
3. Dapat memberikan usulan yang dapat diterapkan oleh Visval sehingga dapat meningkatkan minat beli.

I.6 Metodologi Penelitian

Metodologi Penelitian merupakan gambaran dari langkah-langkah yang akan dilakukan pada saat melaksanakan penelitian dari mulai tahap identifikasi hingga pada tahap pemberian kesimpulan serta saran. Metodologi penelitian dapat membantu dalam proses penelitian supaya penelitian yang dilakukan dapat lebih terstruktur dan sistematis.



Gambar I.4 Metodologi Penelitian.

1. Penelitian Awal

Pada tahap ini dilakukan wawancara singkat dengan konsumen yang sudah pernah membeli produk Visval. Wawancara ini dilakukan terhadap beberapa orang konsumen yang pernah membeli produk tas. Wawancara ini menjadi tahap awal untuk mengetahui pertimbangan konsumen saat akan membeli sebuah tas.

2. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Pada tahap ini dilakukan observasi dan wawancara di PT. Niaga Karya Kreatif (Visval & Esensi) untuk mengetahui permasalahan yang terjadi. Permasalahan tersebut akan digunakan sebagai objek dalam penelitian. Kemudian berdasarkan pada permasalahan tersebut akan dibuat rumusan masalah. Rumusan masalah akan menjawab tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini.

3. Penentuan Batasan dan Asumsi Masalah

Pada tahap ini, batasan dan asumsi masalah dibuat agar dapat memfokuskan dan mempermudah penelitian.

4. Studi Literatur

Pada tahap ini, pengumpulan dasar-dasar teori yang berkaitan dengan penelitian agar menjadi pedoman dalam penelitian ini. Dasar teori yang digunakan antara lain, terkait dengan kualitas produk, harga produk, merek/*brand image*, minat beli, dan regresi linier berganda.

5. Pembuatan Kuesioner

Kuesioner akan dibagi menjadi tiga bagian yaitu mengenai kualitas produk, harga produk, dan minat beli konsumen.

6. Pembagian Kuesioner

Pada tahap ini, akan dibagikan kuesioner kepada konsumen-konsumen yang memiliki minat dalam membeli sebuah tas.

7. Pengolahan Data

Setelah mendapatkan data yang cukup dari kuesioner yang telah disebar data tersebut akan dikumpulkan. Kemudian akan diolah dengan menggunakan metode regresi linier berganda.

8. Analisis

Pada tahap ini akan dilakukan analisis dari evaluasi yang telah dilakukan. Analisis ini dilakukan terkait dengan hasil hasil pengolahan data sebelumnya terkait pengaruh variabel terhadap minat beli.

9. Usulan

Pada tahap ini peneliti akan memberikan usulan mengenai upaya yang dapat dilakukan agar dapat meningkatkan minat beli dari konsumen.

10. Kesimpulan dan Saran

Pada tahap ini akan dibuat kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan, dan juga pemberian saran untuk peneliti yang selanjutnya, supaya mungkin dapat lebih mengembangkan kembali variabel yang akan diuji.

I.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan merupakan sebuah ilmu untuk menguraikan dan merumuskan objek penelitian dalam hubungan yang logis dan

teratur sehingga membentuk sistem yang utuh dan terpadu yang dapat menjelaskan berbagai rangkaian sebab akibat yang terjadi. Maka dari itu dengan adanya sistematika penulisan, isi dari sebuah skripsi dapat dipahami oleh pembaca. Kemudian isi dari laporan kerja praktik terbagi menjadi lima bab yang masing-masing menjelaskan tahap-tahap yang dilakukan untuk mencapai sebuah solusi atau usulan terapan berdasarkan pada permasalahan yang diamati dalam perusahaan.

Pada Bab I akan terbagi menjadi delapan sub bab yaitu latar belakang permasalahan, tinjauan perusahaan, identifikasi dan perumusan masalah, pembatasan masalah dan asumsi, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan. Pada sub-bab latar belakang permasalahan yang diamati dalam perusahaan tersebut. Permasalahan tersebut akan menjadi objek penelitian yang hendak ditemukan solusi untuk mengatasi dampak negatif yang disebabkan oleh permasalahan tersebut.

Pada bagian identifikasi dan perumusan masalah berisi tentang permasalahan yang didapat melalui pengamatan dan penelitian. Fenomena atau kegiatan yang diamati harus memuat masalah yang dapat teridentifikasi. Masalah-masalah yang ditemukan kemudian dirumuskan untuk mencari usulan perbaikan yang memungkinkan melalui pengolahan data serta analisis. Kemudian diperlukan pembatasan masalah dan asumsi dalam proses penelitian. Masalah yang ditemukan melalui pengamatan mungkin memiliki ruang lingkup yang sangat luas, oleh karena itu pembatasan masalah diperlukan agar hasil penelitian berfokus pada hal spesifik dan lebih terperinci. Asumsi diberikan sebagai cara untuk membantu menyelesaikan rumusan masalah. Asumsi didapatkan dari hasil pengamatan dan belum teruji kebenarannya.

Selanjutnya tujuan penelitian berkaitan dengan hasil yang diharapkan dapat tercapai dari penelitian yang dilakukan sesuai dengan rumusan masalah. Penelitian yang baik memiliki tujuan yang sejalan dengan rumusan masalah yang ditentukan. Kemudian penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak perusahaan. Manfaat penelitian berisi tentang dampak dan keunggulan yang diperoleh setelah tujuan penelitian tercapai. Dalam proses penelitian yang tersebut untuk mencapai tujuan dan manfaat yang diharapkan, maka penelitian membutuhkan metodologi yang baik. Metodologi penelitian berhubungan erat dengan metode yang digunakan oleh peneliti dalam mengambil

dan mengolah data. Pada bagian ini dijelaskan juga mengenai jenis pendekatan yang digunakan untuk mendapatkan data. Kemudian pada bagian akhir adalah sistematika penulisan yang merupakan rangkaian penulisan tugas akhir dari bagian awal sampai akhir.

Bab II Tinjauan Pustaka memuat teori-teori yang berhubungan dengan objek penelitian untuk memecahkan masalah dan dibutuhkan untuk proses pengolahan data dan analisis. Teori tersebut berfungsi sebagai awal untuk melihat dan memahami realitas yang terjadi dibalik fakta yang teramati dari objek penelitian.

Pada Bab III Pengumpulan dan Pengolahan Data merupakan awal dari proses perancangan solusi dan usulan terapan berdasarkan permasalahan yang menjadi objek penelitian. Pada bab berikut akan dibagi menjadi dua bagian yaitu pengumpulan data dan pengolahan data. Pada bagian pengumpulan data berisi data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner. Kemudian pada bagian pengolahan data menjelaskan proses pengolahan secara kualitatif atau kuantitatif dari data yang telah diperoleh. Dalam pengolahan data akan diberikan contoh perhitungan atau metode pengolahan data agar mampu memberikan pemahaman kepada pembaca.

Pada Bab VI akan dilakukan analisis terhadap data yang sudah diolah pada bagian sebelumnya. Dalam proses analisis akan dilihat variabel-variabel apa saja yang akan mempengaruhi minat beli, dan juga akan diketahui seberapa besar pengaruh variabel-variabel tersebut.

Pada Bab V berisi kesimpulan yang diperoleh dari penelitian dalam rangka memecahkan masalah yang menjadi objek penelitian dan saran yang dapat ditunjukkan kepada perusahaan, pembaca, atau peneliti yang hendak melakukan penelitian yang serupa.