

**PENGARUH BRAND AWARENESS DAN DESAIN PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU  
CASUAL ADIDAS  
( Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Mercubuana )**

**SKRIPSI**

**Program Studi Manajemen – Strata 1**



**Program Studi Manajemen  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2016**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nurul Arif Muzaki

NIM : 43112010207

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, Agustus 2016



Nurul Arif Muzaki

NIM: 43112010207

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI


Nama : Nurul Arif Muzaki  
Nim : 43112010207  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Brand Awareness dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sepatu Casual Adidas (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Mercu Buana Meruya Selatan, Jakarta Barat)

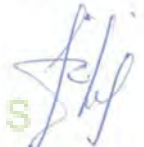
Tanggal Lulus Skripsi : 29 Agustus 2016

Disahkan Oleh :

**Pembimbing Skripsi**


**Ketua Penguji**


  
(Erna S. Imaningsih, SE. M.Si)  
Tanggal : 5-09-2016

  
(Triwahyono, SE., MM)  
Tanggal : 1-09-2016

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Ketua Program Studi  
S1 Manajemen**

  
(Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak., MS., CA)  
Tanggal : 7/9 2016

  
(Dr. Rina Astini, SE., MM)  
Tanggal : 7/9 2016

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatu

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Brand Awareness dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Sepatu Casual Adidas ( Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana Meruya Selatan Jakarta Barat )** Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak khususnya IBU Erna S. Imaningsih. SE. MSi selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Ir. Dr. Arisetyanto Nugroho, MM, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak, MS, CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

3. Jajaran Program Studi Manajemen S1, Dr. Rina Astini, SE, MM, selaku Kaprodi Manajemen S1, Luna Hasingsih SE., ME dan Hesti Maheswari SE., M.Si selaku sekretaris I dan Sekretaris II Program Studi Manajemen S1
4. Kedua orang tua tercinta Bpk Murdin dan Ibu Nur Chikmah yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta member semangat dan memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Kepada sahabat-sahabat (EMAK FAMILY) yang telah memberikan semangat, doa, dan dukungan moral yang tiada henti-hentinya kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, saran dan kritik sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca, khususnya mahasiswa / mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatu

Jakarta, Agustus 2016  
Penulis,

Nurul Arif Muzaki

## DAFTAR ISI

<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan masalah penelitian.....	6
C. Tujuan penelitian .....	7
D. Kontribusi Penelitian.....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b>	
A. Kajian Pustaka .....	8
1. Pengertian Pemasaran (Marketing).....	8
2. Brand Awareness .....	14
a. Pengertian Brand Awareness .....	14
b. Peranan Brand Awareness .....	15
3. Desain Produk.....	18
a. Pengertian Desain Produk.....	18
b. Aspek Desain Produk .....	20
4. Keputusan Pembelian (purchasing decisions) .....	23
a. Peranan Konsumen Dalam Pembelian.....	24
b. Tahapan Pengambilan Keputusan Pembelian .....	25

5. Penelitian Terdahulu .....	38
6. Hubungan Antar Variabel.....	43
B. Rerangka Pemikiran.....	45
C. Hipotesis.....	46

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Waktu dan tempat penelitian .....	47
B. Desain Penelitian .....	47
C. Definisi dan Operasional Variabel.....	48
D. Pengukuran Variabel.....	51
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	51
F. Teknik Pengambilan Data .....	53
1. Wawancara.....	53
2. Kuesioner .....	53
G. Jenis Data .....	54
H. Metode Analisis Data.....	54
1. Analisis deskriptif .....	54
2. Uji Kualitas Data.....	55
3. Uji Asumsi Klasik .....	57
4. Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	59
5. Uji Hipotesis .....	60

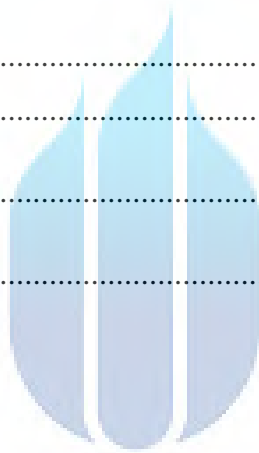
### **BAB IV DAN PEMBAHASAN**

A. Gambar Umum Objek Penelitian.....	63
1. Waktu dan Tempat Penelitian.....	64
2. Karakteristik Profil Responden.....	64
B. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....	69
1. Hasil Uji Validitas .....	69
2. Hasil Uji Reliabilitas .....	71
C. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	72
1. Hasil Uji Normalitas Data.....	72

2. Hasil Uji Multikolonieritas .....	75
3. Uji Heteroskedastisitas .....	76
D. Analisis Regresi Linier Berganda.....	77
E. Hasil Uji Hipotesis.....	79
1. Uji F ( Pengujian secara simultan) .....	79
2. Uji T ( Pengujian secara Parsial ).....	80
3. Uji Koefisien Determinasi .....	81
F. Pembahasan dan Hasil Penelitian .....	81

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan.....	83
B. Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA .....	90
LAMPIRAN-LAMPIRAN .....	92



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**



## DAFTAR TABEL

No.	Keterangan	Halaman
1.2	Pra Survey .....	5
2.1	Literatur Terdahulu .....	38
1. 3.1	Definisi Operasional Variabel.....	48
3.2	Pengukuran Skala Likert .....	50
4.1	Deskripsi Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	65
2. 4.2	Deskripsi Responden berdasarkan Usia.....	66
4.3	Deskripsi Responden Jumlah pengeluaran.....	67
4.4	Deskripsi Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	68
4.5	Deskripsi Responden berdasarkan Pekerjaan terakhir .....	68
4.6	Hasil Uji Validitas Brand Awareness ( $X_1$ ).....	69
4.7	Hasil Uji Validitas Desain Produk ( $X_2$ ).....	70
4.8	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y) .....	71
4.9	Hasil Uji Reliabilitas.....	72
4.10	Hasil Uji Normalitas.....	73
4.11	Hasil Uji Multikolonieritas .....	75
4.12	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	77
4.13	Hasil Uji F (Secara Simultan) .....	79
4.14	Hasil Uji T.....	80
4.14	Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	81

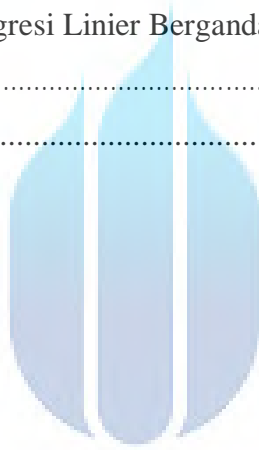
## DAFTAR GAMBAR

No.	Keterangan	Halaman
2.1	Rerangka Pemikiran.....	45
4.1	Hasil Uji Normalitas .....	74
4.2	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	76



## DAFTAR LAMPIRAN

No.	Keterangan	Halaman
1.	Kuesioner .....	89
2.	Hasil Karakteristik Responden .....	94
3.	Hasil Kuesioner.....	96
4.	Hasil Uji Validitas .....	104
5.	Hasil Uji Reliabilitas .....	105
6.	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	106
7.	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....	108
8.	Hasil Uji Hipotesis .....	108
9.	Hasil Pra survey .....	110



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA