

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN
DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPATU LARI BATA**

(Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana)

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana**



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Nama : WAHYU TRI PRIYONO

NIM : 43112010270

Program Studi Manajemen

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2016

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN
DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPATU LARI BATA**

(Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana)

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana**



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
MERCU BUANA

Nama : WAHYU TRI PRIYONO

NIM : 43112010270

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2016

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Wahyu Tri Priyono

NIM : 43112010270

Program Studi : Manajemen - SI

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 20 Agustus 2016

The image shows an official stamp of Universitas Mercu Buana. The stamp is rectangular and contains the text 'UNIVERSITAS MERCU BUANA' at the top, 'KETERANGAN' in the middle, and '1980541 F63780514' at the bottom. There is a handwritten signature in black ink over the stamp.

Wahyu Tri Priyono

43112010270

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Wahyu Tri Priyono
NIM : 43112010270
Program Studi : Manajemen S1
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Lari Bata (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas MercuBuana Jakarta Barat).
Tanggal lulus Ujian : 26 Agustus 2016

Disahkan Oleh :

Pembimbing Skripsi

Ketua Penguji



(Priyono, S.E, M.M)



(Mafizatun Nurhayati, S.E, M.M)

Tanggal :

Tanggal : 1/9/2016

MERCU BUANA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen S1



(Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak. MS. CA)



(Dr. Rina Astini, SE, MM)

Tanggal :

Tanggal :

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT. Atas berka, rahmat, taufik dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat di dalam memperoleh gelar sarjana di Universitas Mercu Buana Jakarta dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu lari Bata”.

Dalam penulisan proposal skripsi ini, penulis menyadari adanya keterbatasan dan ketidak sempurnaan dalam penyusunan skripsi ini, baik dari segi isi maupun penyajiannya. Oleh karena itu, penulis selalu berusaha memperbaiki diri menuju kesempurnaan di masa yang akan datang.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini banyak mengalami kendala dan penulis banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik berupa bimbingan, saran, maupun dorongan moril dan material sehingga skripsi ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada :

1. Bapak Priyono, S.E, M.M., selaku dosen pembimbing yang dengan sabar selalu memberikan semangat serta saran selama bimbingan demi terselesaikannya skripsi ini.
2. Bapak Dr. Ir. Arrisetyanto Nugroho, MM. selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak.,MS.,CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Dr. Rina Astini, SE, MM., selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
5. Bapak dan ibu dosen Universitas Mercu Buana yang telah memberikan ilmu dan pengetahuannya kepada penulis selama ini.
6. Kedua orang tua tercinta Bapak Sriyono dan Ibu Miati yang tidak pernah berhenti untuk mendoakan, yang memberikan motivasi serta semangat dan inspirasi, serta untuk semua dukungan moril maupun materil.
7. Kepada Kakak Meriyani terciinta yang telah memberkan doa, semangat dan motivasinya.
8. Terima kasih untuk semua sahabat yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu atas semua canda tawa, dukungan, inspirasi serta doa-doa terbaik yang telah diberikan
9. Pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Penulis menyadari bahwa penulisan proposal skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang bersifat membangun akan menyempurnakan penulisan ini serta bermanfaat bagi penulis, pembaca dan bagi peneliti selanjutnya. Terima Kasih.

Jakarta, 20 Agustus 2016



Wahyu Tri Priyono

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Kontribusi Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka	9
1. Pengertian Pemasaran	9
2. Pengertian Manajemen Pemasaran	10
3. Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	11
4. Kualitas Produk (<i>Quality of Product</i>).....	15
5. Desain Produk (<i>Design Product</i>).....	20

6. Keputusan Pembelian (<i>Purchasing Decision</i>)	22
7. Penelitian Terdahulu	35
8. Kerangka Konseptual dan Hipotesis.....	40
B. Hipotesis	41

BAB III METODE PENELITIAN

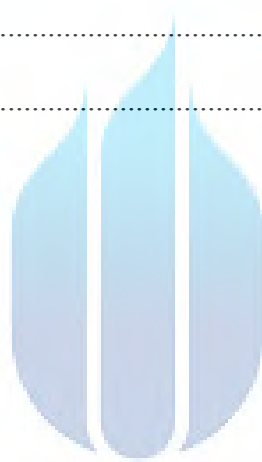
A. Waktu dan Tempat Penelitian	42
B. Desain Penelitian	42
C. Definisi dan Operasional Variabel	42
D. Pengukuran Variabel	46
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	47
F. Teknik Pengambilan Data	48
G. Jenis Data.....	49
H. Metode Analisis Data	49
1. Analisis Deskriptif	49
2. Uji Kualitas Data	50
a. Uji Validitas	50
b. Uji Reliabilitas	51
3. Uji Asumsi Klasik.....	52
a. Uji Normalitas.....	52
b. Uji Multikolinearitas	53
c. Uji Heteroskedastisitas.....	53
4. Uji Analisis Regresi Linier Berganda	54
5. Uji F (Uji Model).....	56
6. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	57

7. Uji Hipotesis.....	58
a. Uji Statistika t (Uji Parsial).....	58

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	60
1. Sejarah Sepatu Bata.....	60
2. Tempat dan Waktu Penelitian	61
3. Karakteristik Profil Responden	61
a. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
b. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	62
c. Deskripsi Responden Berdasarkan Fakultas.....	63
d. Deskripsi Responden Berdasarkan Pembelian dalam Sebulan	64
B. Hasil Uji Kualitas Data.....	65
1. Hasil Uji Validitas	65
2. Hasil Uji Reliabilitas.....	68
3. Deskripsi Variabel	69
C. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	72
1. Hasil Uji Normalitas	72
2. Hasil Uji Multikolinearitas	74
3. Hasil Uji Heteroskedastisitas	76
D. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	78
E. Hasil Uji F (Uji Model).....	79

F. Hasil Uji Koefesien Determinasi (R^2)	80
G. Uji Hipotesis	81
1. Uji statistik t (Uji Parsial)	81
H. Pembahasan dan Hasil Penelitian	82
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	85
B. Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN	91



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

No.	Keterangan	Halaman
1.1	<i>Top Brand index</i> Sepatu Olahraga	6
1.2	Hasil Pra Survei	7
2.1	Penelitian Terdahulu	35
3.1	Tabel Operasional	44
3.2	Tabel Pengukuran Variabel.....	46
4.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
4.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	63
4.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Fakultas	63
4.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Pembelian Dalam Satu Bulan	64
4.5	Hasil Uji Validitas Citra Merek (X1).....	65
4.6	Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X2)	66
4.7	Hasil Uji Validitas Desain Produk (X3)	67
4.8	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	67
4.9	Hasil Uji Reliabilitas	68
4.10	Deskripsi Variabel Responden Citra Merek	69
4.11	Deskripsi Variabel Responden Kualitas Produk	70
4.12	Deskripsi Variabel Responden Desain Produk	71
4.13	Deskripsi Variabel Responden Keputusan Pembelian.....	71
4.14	Hasil Uji Normalitas	73
4.15	Hasil Uji Multikolinieritas	75
4.16	Hasil Uji Analisis Linier Berganda.....	78
4.17	Hasil Uji F (Uji Model).....	80
4.18	Hasil Koefisien Determinasi (R ²).....	80
4.19	Hasil Statistika <i>t</i> (Uji Parsial).....	81

DAFTAR GAMBAR

No.	Keterangan	Halaman
2.1	Tahapan Pengambilan Keputusan	24
2.2	Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	34
2.3	Model Penelitian	42
4.1	Hasil Uji Normalitas	74
4.2	Hasil Uji Heteroskedastisitas	77



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Keterangan	Halaman
1	Kuesioner	91
2	Hasil Karakteristik Responden.....	98
3	Hasil Kuesioner.....	100
4	Hasil Uji Validitas.....	111
5	Hasil Uji Reliabilitas.....	112
6	Deskripsi Variabel.....	112
7	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	115
8	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	117
9	Hasil Uji Hipotesis.....	118

