

**MINAT BELI MEREK SEPATU LOKAL “VENTELA”  
BERDASARKAN KESADARAN MEREK, *PRODUCT  
INVOLVEMENT*, DAN *SOCIAL INFLUENCE* KONSUMEN**

**SKRIPSI**



**Nama: Putri Nur Aisyah**

**NIM: 43118010010**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA**

**2022**

**MINAT BELI MEREK SEPATU LOKAL “VENTELA”  
BERDASARKAN KESADARAN MEREK, *PRODUCT  
INVOLVEMENT*, DAN *SOCIAL INFLUENCE* KONSUMEN**

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen  
Universitas Mercu Buana Jakarta



**Nama: Putri Nur Aisyah**

**NIM: 43118010010**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA**

**2022**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Putri Nur Aisyah

NIM : 43118010010

Program Studi : S1 Manajemen

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

Demikian pernyataan ini, saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 26 Oktober 2022



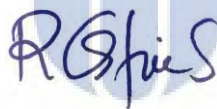
(Putri Nur Aisyah)

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Putri Nur Aisyah  
NIM : 43118010010  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : MINAT BELI MEREK SEPATU LOKAL “VENTELA”  
BERDASARKAN KESADARAN MEREK, PRODUCT  
INVOLVEMENT DAN SOCIAL INFLUENCE  
KONSUMEN  
Tanggal Sidang : 26 Oktober 2022

Disahkan oleh:

Pembimbing



Dr. Rina Astini, M.M., CPM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Ketua Program Studi S1  
Manajemen



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.



Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

LPTA  
12221962



Please Scan

QRCode to Verify

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia Nya, sehingga penulis mendapatkan kesehatan serta kekuatan untuk dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Minat Beli Merek Sepatu Lokal “Ventela” Berdasarkan Kesadaran merek, *Product Involvement*, Dan *Social Influence* Konsumen”

Adapun maksud dari penyusunan skripsi ini adalah sebagai syarat dalam menyelesaikan studi pada Program Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, banyak kekurangan dan keterbatasan. Namun dengan demikian penulis berusaha agar penyusunan skripsi ini tetap memiliki syarat sebagai karya tulis yang bersifat ilmiah.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, khususnya untuk Ibu Dr. Rina Astini, M.M., CPM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan waktu, bimbingan, saran, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat bagi saya. Oleh karena itu saya sebagai peneliti ingin mengucapkan Alhamdulillah dan ingin berterimakasih kepada pihak yang membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Prof.Dr.Ir. Andi Adriansyah, M.Eng. selaku Rektor Universitas Mercu Buana.

2. Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. H. Sonny Indrajaya, MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Seluruh dosen pengajar beserta *staff* dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan tenaga, waktu, dan pikiran selama penulis mengikuti perkuliahan.
5. Orang tua tercinta yang telah memberi dukungan kepada saya untuk menyelesaikan skripsi serta doa dari orang tua yang selalu mendoakan demi kelancaran skripsi saya.
6. Sahabat-sahabat teman seperjuangan dalam mengerjakan skripsi Erin, Riri, Akhul, Devinna, Indah.
7. Semua pihak yang namanya tidak dapat saya sebutkan satu persatu, yang telah senantiasa memberikan *support* dan semangat kepada saya untuk mengerjakan skripsi.

Akhir kata dengan segala kerendahan hati penulis, memohon maaf yang sebesar-besarnya atau kekurangan yang terdapat dalam skripsi ini, dan untuk itulah semua saran dan kritik yang sifatnya membangun akan saya terima dengan baik dan melakukannya dengan se-optimal mungkin demi kesempurnaan skripsi ini serta besar harapan saya agar skripsi ini memberikan manfaat bagi orang yang membacanya.

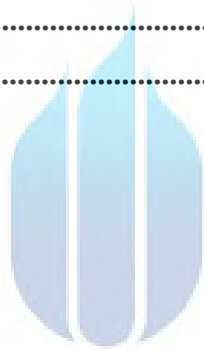
## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah .....	19
C. Tujuan Penelitian .....	19
D. Kontribusi Penelitian.....	20
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....</b>	<b>21</b>
A. Kajian Pustaka.....	21
1. Manajemen Pemasaran .....	21
2. Perilaku Konsumen.....	23
3. Minat Beli .....	24
4. Kesadaran Merek .....	26
5. Product Involvement.....	29
6. Social Influence .....	32
7. Penelitian Terdahulu .....	35
B. Pengembangan Hipotesis .....	43
1. Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli.....	43
2. Pengaruh <i>Product Involvement</i> Terhadap Minat Beli.....	43
3. Pengaruh <i>Social Influence</i> Terhadap Minat Beli .....	44

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>46</b>
A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	46
B. Desain Penelitian.....	46
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	47
1. Definisi Variabel.....	47
2. Operasionalisasi Variabel .....	49
D. Skala Pengukuran.....	52
E. Populasi dan Sampel Penelitian .....	53
1. Populasi.....	53
2. Sampel .....	53
F. Metode Pengumpulan Data.....	54
G. Metode Analisis Data.....	55
1. Analisis Deskriptif.....	55
2. Uji Instrumen .....	56
3. Analisis Partial Least Square .....	58
<b>BAB IV .....</b>	<b>62</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>62</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	62
1. Gambaran Umum Perusahaan .....	62
2. Sejarah Ventela .....	63
B. Deskriptif Responden.....	64
1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia .....	65
3. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	65
4. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan .....	66
C. Deskriptif Variabel.....	67
1. Deskriptif Variabel Kesadaran Merek .....	67
2. Deskriptif Variabel <i>Product Involvement</i> .....	68
3. Deskriptif Variabel <i>Social Influence</i> .....	69
4. Deskriptif Variabel Minat Beli .....	70
D. Analisis Partial Least Square .....	71



1. Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	71
2. Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	78
E. Pembahasan Hasil Penelitian.....	81
1. Pengaruh Kesadaran Merek terhadap Minat Beli .....	81
2. Pengaruh <i>Product Involvement</i> terhadap Minat Beli .....	82
3. Pengaruh <i>Social Influence</i> terhadap Minat Beli .....	83
<b>BAB V.....</b>	<b>84</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>84</b>
<b>A. Kesimpulan .....</b>	<b>84</b>
<b>B. Saran .....</b>	<b>84</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>87</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>89</b>



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR TABEL

No	Judul	Halaman
1.1	Presentase Pengeluaran Rata-Rata Penduduk Perkapita Perbulan.....	5
1.2	Hasil Survei Pendahuluan .....	11
1.3	Perbandingan Harga Brand Sepatu Lokal Beserta Tahun Launching Sepatu Lokal di Indonesia.....	13
1.4	Hasil Survei Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Sepatu Ventela.	16
2.1	Penelitian Terdahulu .....	38
3.1	Tabel Variabel Operasional Penelitian.....	50
3.2	Instrumen Skala Likert.....	53
4.1	Deskriptif Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	63
4.2	Deskriptif Responden Berdasarkan Usia .....	64
4.3	Deskriptif Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	64
4.4	Deskriptif Responden Berdasarkan Pendapatan .....	66
4.5	Deskriptif Variabel Kesadaran Merek .....	67
4.6	Deskriptif Variabel <i>Product Involvement</i> .....	68
4.7	Deskriptif Variabel <i>Social Influence</i> .....	69
4.8	Deskriptif Variabel Minat Beli.....	70
4.9	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity (Outer Loading)</i> .....	72
4.10	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity (Setelah Modifikasi)</i> .....	73
4.11	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i> .....	75
4.12	Hasil Pengujian AVE .....	76
4.13	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Fornell Lacker Criterium)</i> .....	76
4.14	Hasil Pengujian <i>Cronbach's Alpha dan Composite Reliability</i> .....	77
4.15	Nilai R <sup>2</sup> Variabel Endogen .....	78
4.16	Hasil Pengujian Hipotesis .....	79

## DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Halaman
1.1	Grafik Industri yang Mengalami Kontraksi Pada Triwulan 2020 (% , yoy).....	1- 3
1.2	Grafik Pertumbuhan Industri dari Kulit dan Alas Kaki (Y on Y).....	6
1.3	Grafik Tren Minat Masyarakat Indonesia Terhadap Merek Sepatu Lokal	9
1.4	Grafik Pergerakan Tren Pencarian Merek Sepatu Lokal Pada 3 Tahun Awal Peluncuran .....	10
1.5	Grafik Tren Sepatu Lokal di Twitter.....	12
2.1	Kerangka Konseptual .....	45
4.1	Hasil Algoritma PLS .....	72
4.2	Hasil Algoritma PLS (Modifikasi).....	74
4.3	Hasil Uji Boostrapping.....	80

## DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul	Halaman
1.	Kuesioner Penelitian .....	89
2.	Hasil Rekapitulasi Jawaban Responden.....	92
3.	Hasil Kuesioner Google <i>Form</i> .....	94
4.	Hasil Olah Data PLS .....	96

