

**PENGARUH CITRA MEREK, DESAIN PRODUK, DAN  
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
SEPATU VENTELA**

**SKRIPSI**

**Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi**

**Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



**Nama : Puja Devkan**

**NIM : 43116120331**

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

**JAKARTA**

**2021**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Puja Devkan,

NIM : 43116020331

Program Studi : S1 Manajemen

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 4 April 2021



Puja Devkan  
NIM: 43116120331

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

Nama : Puja Devkan  
NIM : 43116120331  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : PENGARUH CITRA MEREK, DESAIN PRODUK, DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SEPATU VENTELA  
Tanggal Sidang : 31 Maret 2021

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.

Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

LPTA 07210012



Please Scan QRCode to Verify

## **ABSTRACT**

*This research aims to identify the influence of Brand Image, Product Design, and Promotion, on Purchase Decision Ventela shoes. The independent variables obtained from the preliminary survey results are brand image, product design, and promotion. While the dependent variable obtained is a purchasing decision. The population used in this study was the people who lived in the area of South Jakarta. The sample used in this study was 100 respondents. The sampling technique uses convenience sampling. By using a quantitative descriptive approach. Therefore, the data analysis used is statistical analysis in the form of SEM-PLS. The results of this study indicate that brand image has a significant positive effect on purchasing decisions, product design has a significant positive effect on purchasing decisions, and promotion have a significant positive effect on purchasing decisions.*

*Keywords: Brand Image, Product Design, Promotion, Purchase Decision, Shoes, Ventela.*



## ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Citra Merek, Desain Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada sepatu Ventela. Variabel independen yang didapatkan dari hasil survei pendahuluan adalah citra merek, desain produk, dan promosi. Sedangkan variabel dependen yang didapatkan adalah keputusan pembelian. Populasi yang digunakan adalah penduduk di wilayah Jakarta Selatan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *convenience sampling*. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Analisis data yang digunakan adalah analisis statistik dalam bentuk SEM-PLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Citra Merek, Desain Produk, Promosi, Keputusan Pembelian, Sepatu, Ventela.



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Puji syukur senantiasa tercurahkan kehadiran Allah SWT berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Citra Merek, Desain Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Ventela”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari adanya keterbatasan, dan ketidaksempurnaan dalam penyusunan skripsi ini, baik dari segi isi maupun penyajiannya. Penyusunan skripsi ini penulis mengucapkan terima kasih banyak untuk bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya, Bapak Dr. H. Sony Indrajaya, Ir., MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing, memberikan ilmu, memberikan semangat yang tiada hentinya, motivasi, saran, serta waktu luang selama bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti demi terselesaikannya skripsi penelitian ini. Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Prof. Dr. Ngadino Surip, MS. selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dr. H. Sonny Indrajaya, Ir., MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.

4. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
5. Teristimewa untuk keluarga tercinta Ibu Komariah, Rachel Ardava dan Fasikhatul Azizah yang selalu memberikan doa, dorongan serta inspirasi yang tak ternilai harganya serta semua dukungan baik moral maupun material kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Teman seperjuangan Amos Pinka Sinaga, Dian Ari Purwanto, Tatak Prihantoro, Ari Widodo, Ridwan Edu, Irfan Ovice, Yase Sebastian Kuncoro, Denny Novri, Dicky Kurniawan, dan Aditya Gunawan.
7. Seluruh teman-teman Manajemen S1 FEB UMB angkatan 2017 yang tidak bisa di sebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita.

Oleh karena itu penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Jakarta, 04 April 2021

Puja Devkan

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....	iii
<i>ABSTRACT</i> .....	iv
ABSTRAK .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah .....	13
C. Tujuan Penelitian.....	14
D. Kontribusi Penelitian.....	14
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....</b>	<b>16</b>
A. Kajian Pustaka.....	16
1. Manajemen Pemasaran .....	16
2. Jasa .....	18
3. Keputusan Pembelian .....	18
4. Citra Merek.....	23
5. Desain Produk.....	26
6. Promosi.....	30
7. Penelitian Terdahulu .....	34
B. Pengembangan Hipotesis.....	37
1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	37
2. Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	38
3. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	39
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>43</b>
A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	43
B. Desain Penelitian .....	43
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel .....	44



1. Definisi Variabel.....	44
2. Definisi Operasional Variabel.....	45
D. Skala Pengukuran Variabel.....	47
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	48
1. Populasi Penelitian.....	48
2. Sampel Penelitian.....	49
F. Jenis dan Data Penelitian.....	50
G. Teknik Pengumpulan Data.....	51
H. Metode Analisis Data.....	52
1. IBM SPSS <i>Statistic 23</i> .....	52
2. Uji Instrumen.....	54
3. Analisis Partial Least Square.....	55
4. Langkah-langkah Pengujian Analisis PLS.....	56
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>60</b>
A. Gambaran Umum Ojek Penelitian.....	60
B. Statistik Deskriptif.....	61
1. Deskripsi Responden.....	61
2. Deskripsi Variabel.....	63
C. Hasil Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	68
1. Evaluasi Uji Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	68
2. Pengujian Uji Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	76
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	79
1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	79
2. Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	80
3. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	81
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>82</b>
A. Kesimpulan.....	82
B. Saran.....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>85</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>91</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Laju pertumbuhan PDB Industri Kulit, Barang dari Kulit dan dan Alas Kaki ..	1
Tabel 1. 2 Data Penjualan Sepatu Ventela Semester 1 Tahun 2020 .....	10
Tabel 1. 3 Hasil Pra Survey .....	12
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	34
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	45
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	45
Tabel 3. 3 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	46
Tabel 3. 4 Definisi Operasional Variable Penelitian.....	47
Tabel 3. 5 Instrument Skala Likert.....	48
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden .....	61
Tabel 4. 2 Usia Responden .....	62
Tabel 4. 3 Pembelian Terakhir.....	62
Tabel 4. 4 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Citra Merek (CM).....	63
Tabel 4. 5 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Desain Produk (DP).....	65
Tabel 4. 6 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Promosi (PM) .....	66
Tabel 4. 7 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (KP) .....	67
Tabel 4. 8 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> .....	70
Tabel 4. 9 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	71
Tabel 4. 10 Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i> .....	72
Tabel 4. 11 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	74
Tabel 4. 12 Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Fornell Larcker Criterion)</i> .....	74
Tabel 4. 13 Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i> .....	76
Tabel 4. 14 Hasil Uji Nilai R-Square ( $R^2$ ) .....	77
Tabel 4. 15 Hasil Pengujian Hipotesis .....	78

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Animo Sepatu Lokal Melalui Sosok Influencer .....	4
Gambar 1. 2 Tren Minat Terhadap Merek Sepatu Lokal .....	5
Gambar 1. 3 Tren Pencarian Merek Sepatu Lokal.....	6
Gambar 1. 4 Kemiripan Sepatu Ventela dengan Merek Luar Negeri. ....	8
Gambar 1. 5 Kritik Masyarakat Terhadap Ventela pada Sosial Media.....	8
Gambar 1. 6 Kritik Masyarakat Terhadap Ventela pada Sosial Media.....	8
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	41
Gambar 4. 1 Hasil Algoritma PLS .....	69
Gambar 4. 2 Hasil Uji <i>Bootstrapping</i> .....	79



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	91
Lampiran 2 Hasil Kuesioner .....	96
Lampiran 3 Hasil Output SPSS 23.....	100
Lampiran 4 Hasil Output PLS.....	103



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA