

**ANALISIS CITRA MERK, HARGA, DESAIN PRODUK, KERAGAMAN
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BUSANA MUSLIM
MERK ZOYA
(Studi Kasus Toko Zoya Cikupa Tangerang)**

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



Nama : Tina Farda

NIM : 43117010210

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA
2023**

**ANALISIS CITRA MERK, HARGA, DESAIN PRODUK, KERAGAMAN PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN BUSANA MUSLIM MERK ZOYA
(Studi Kasus Toko Zoya Cikupa Tangerang)**

SKRIPSI



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

2023

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama: Tina Farda

NIM : 43117010210

Program Studi: Manajemen SI

Judul Skripsi: Analisis Citra Merk, Harga, Desain Produk, Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim Merk Zoya.

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 tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, September 2023

UNIVERSITAS
MERCUBUANA



Tina Farda

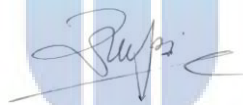
NIM. 43117010210

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Tina Farda
NIM : 43117010210
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Analisis Citra Merk, Harga, Desain Produk, Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim Merk Zoya
Tanggal Sidang : 12/09/2023

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Zulfitri, MP., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

LPTA 09232869



Please Scan QRCode to Verify

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Citra Merk, Harga, Desain Prduk, dan Keragaman Prduk terhadap Keputusan Pembelian Busana Merk Zoya. Subjek pada penelitian ini adalah konsumen Toko Busana Zya Cikupa. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 225 responden. Metode pengambilan sampel dilakukan dengan metode Convenience Sampling. Penelitian ini menggunakan Partial LeastSquare(PLS). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Citra Merk berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Harga berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Desain Produk berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Keragaman Produk berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian,

Kata Kunci: Citra Merk, Harga, Desain Produk, Keragaman Produk.



ABSTRACT

The aim of this research is to determine the influence of Brand Image, Price, Product Design, and Product Variety on the Purchase Decision of Zoya Fashion Brand. The subjects in this study are consumers of Zya Cikupa Fashion Store. The sample used in this research consists of 225 respondents. The sampling method used in this research is Convenience Sampling. Partial Least Square (PLS) is used in this study. The results of this research indicate that Brand Image has a significant positive effect on Purchase Decision, Price has a significant positive effect on Purchase Decision, Product Design has a significant positive effect on Purchase Decision, and Product Variety has a significant positive effect on Purchase Decision.

Keywords: *Brand Image, Price, Product Design, Product Variety.*



KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “ANALISIS CITRA MEREK, HARGA, DESAIN PRODUK, KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BUSANA MUSLIM MERK ZOYA”. Skripsi merupakan syarat agar dapat menyelesaikan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak yang sangat berjasa. Untuk itu, penulis ingin berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini diantaranya adalah :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Engselaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Nurul Hidayah, M. Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. IbuDudi Permana, MM, Ph.D. selaku ketua Program STUDI S1 Manajemen Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Eri Mariapa, SE,MM dan Dr. Aldina Shiratina, SE, MM, DBA selaku Sekretaris Program STUDI S1 Manajemen Universitas Mercu Buana.

5. Bapak Arief Bowo Prayoga Kasmu, SE, MM, Ph.D selaku dosen mata kuliah Metodologi Penelitian Pemasaran.
6. Bapak Zulfitri Dr. MP, MM selaku dosen pembimbing yang dalam kesempatan ini telah memberikan masukan dan arahan kepadapenulis dalam penyusunan skripsi ini.
7. Jajaran Program studi Manajemen S1, Ibu Tine Yuliantini, S,Par., dan Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE., M.Si. selaku sekretaris I dan II program studi Manajemen S1.
8. Seluruh dosen dan staff Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah banyak memberikan segenap ilmu yang bermanfaat dan tidak terbatas kepada peneliti
9. Kedua orangtua tercinta Bapak Nanang Surparman yang selalu memberikan dukungan dan Ibu Tin Surtini motivasi terbesar yang selalu memberikan doa, dorongan, inspirasi dan pengertian yang tak ternilai harganya serta semua dukungan moril maupun materil.
10. Kakak saya tercinta Regi Fauzan yang telah memotivasi saya dan memberi saya nasehat dalam proses penyusunan skripsi ini.
11. Teman seperjuangan dalam mengerjakan Skripsi Erica Aulia Mahera, Alifa Widaad AL, Cindy Aulia, dan Ipa Lestari yang selalu membantu dan memotivasi peneliti dalam mengerjakan skripsi ini.
12. Ibu Nita Primariardini selaku pemilik toko Zoya Cikupa Tangerang yang telah mengijinkan penulis dalam melakukan penelitian ini.

13. Seluruh teman-teman Manajemen S1 Manajemen FEB UMB angkatan 2017 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita.
14. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner dalam penelitian ini dan pihak-pihak lain yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis selalu berusaha memperbaiki diri dan mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis, pembaca dan peneliti selanjutnya. Akhir kata segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis memohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Jakarta, 2023

Tina Farda

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kontribusi Penelitian	9
1. Kontribusi Akademis	9
2. Kontribusi Praktis	10
BAB II	12
KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	12
A. Landasan Teori	12
1. Citra Merk	14
2. Pengertian Merk	17
3. Manfaat Merek	18
4. Cara Membangun Merek Yang Kuat	20
5. Faktor Pribadi	21
6. Faktor Psikologis	22
7. Faktor Sosial	22
B. Harga	23
C. Desain Produk	32
a. Konsep Desain Produk	35
b. Tujuan Desain Produk	36
c. Manfaat Desain Produk	37
D. Keragaman Produk	43
E. Keputusan Pembelian	49
1. Model Prilaku Membeli	52

2. Model Keputusan Pembelian Konsumen.....	54
E. Faktor Eksternal:	65
F. Faktor Internal:	65
1. Pengaruh Merek:.....	66
a. Pengaruh Promosi:.....	67
b. Pengaruh Saluran Distribusi:.....	67
c. Faktor Psikologis:	67
2. Profil , Visi dan Misi Perusahaan Zoya	69
a.Profil	69
b. Visi dan Misi	69
c. Penelitian Terdahulu	69
G. Pengembangan Hipotesis	73
1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	73
2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	75
3. Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	76
4. Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian	77
H. Rerangka Pemikiran Penelitian	78
BAB III METODE PENELITIAN	81
A. Waktu dan Tempat Penelitian	81
B. Desain Penelitian.....	81
C. Definisi dan Operasional Variabel.....	81
1. Definisi Variabel.....	81
a) Variabel Dependen	81
b) Variabel Independen	82
D. Skala Pengukuran Variabel	83
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	84
1. Sampel Penelitian	84
2. Operasionalisasi Variabel	86
F. Jenis dan Data Penelitian.....	87
G. Teknik Pengumpulan Data	88
H. Metode Analisis Data	89
1. IBM SPSS Statistic 26	89
Evaluasi Measurement (OuterModel).....	91
BAB IV	94
HASIL DAN PEMBAHASAN	94
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	94
1. Sejarah dan Awal Mula:	94
2. Produk dan Koleksi:	94

3. Jangkauan Pasar:	95
4. Kualitas dan Reputasi:.....	95
B. Statistik Deskriptif.....	96
a. Jenis Kelamin.....	96
b. Usia Responden	97
c. Pekerjaan Responden	98
d. Masa Kerja.....	100
e. Pendapatan	101
C. Hasil Analisis Data Partial Least Square (PLS)	103
1. Evaluasi Uji Model Pengukuran (Outer Model)	103
a. Uji Validitas	103
2. Pengujian Uji Model Struktural (Inner Model).....	113
3. Pembahasan Hasil Penelitian	119
a. Pengaruh Citra Merek -> Keputusan Pembelian:.....	119
b. Pengaruh Harga -> Keputusan Pembelian:	121
c. Pengaruh Desain Produk -> Keputusan Pembelian:.....	123
d. Pengaruh Keragaman Produk -> Keputusan Pembelian:	125
4. Hasil Uji Hipotesis	127
BAB V KESIMPULAN.....	130
A. Kesimpulan	130
B. Saran.....	130
DAFTAR PUSTAKA.....	133
LAMPIRAN.....	136

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand Indeks Kategori Busana Muslim.....	3
Tabel 1. 2 Hasil Prasurei	6
Tabel 3. 1 Definisi Variabel dan Indikator.....	84
Tabel 3. 2 Instrument Skala Likert.....	86
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	96
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	97
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	98
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Masa Kerja	100
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	101
Tabel 4. 6 Hasil Pengujian Convergent Validity	106
Tabel 4. 7 Hasil Pengujian Convergent Validity (Modifikasi)	109
Tabel 4. 8 Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE).....	110
Tabel 4. 9 Hasil Uji Discriminant Validity (Fornell Larcker Criterion)	111
Tabel 4. 10 Hasil Uji Discriminant Validity (HTMT)	112
Tabel 4. 11 Hasil Pengujian Composite Reliability dan Cronbach's Alpha	113
Tabel 4. 12 Hasil Uji SRMR.....	114
Tabel 4. 13 Uji NFI.....	115
Tabel 4. 14 Hasil Uji Nilai R-Square (R^2).....	115
Tabel 4. 15 Tabel Q-square	116
Tabel 4. 16 Hasil Pengujian Hipotesis	117

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2 1 Rerangka Pemikiran Penelitian	78
Gambar 4 1 Gambar 4 1 HasilSkema PLS Algorithm	105
Gambar 4 2 Hasil PLS Algoritma (Modifikasi)	108
Gambar 4 3 Hasil Uji Boostapping	118



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	141
Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Responden Variabel Citra Merk.....	147
Lampiran 3 Tabulasi Jawaban Responden Variabel Harga.....	148
Lampiran 4 Tabulasi Jawaban Responden Variabel Desain Produk.....	154
Lampiran 5 Tabulasi Jawaban Responden Variabel Keragaman Produk	160
Lampiran 6 Tabulasi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	166
Lampiran 7 Hasil Output SPSS 26.....	172
Lampiran 8 Karakteristik Variabel Citra Merk.....	173
Lampiran 9 Karakteristik Variabel Harga.....	174
Lampiran 10 Karakteristik Variabel Desain Produk.....	174
Lampiran 11 Karakteristik Variabel Keragaman Produk.....	175
Lampiran 12 Karakteristik Variabel Keputusan Pembelian.....	175
Lampiran 13 Hasil Output PLS.....	175
Lampiran 14 Hasil Skema PLS Algoritma.....	176
Lampiran 15 Hasil Pengujian Convergent Validity (Modifikasi).....	177
Lampiran 16 Hasil Skema PLS Algoritma (Modifikasi)	179
Lampiran 17 Hasil Pengujian Convergent Validity (Modifikasi).....	180
Lampiran 18 Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE).....	181
Lampiran 19 Hasil Uji Discriminant Validity (Fornell Larcker Criterion).....	181
Lampiran 20 Hasil Uji Discriminant Validity (HTMT).....	181
Lampiran 21 Hasil Pengujian Composite Reliability dan Cronbach's Alpha.....	182
Lampiran 22 Hasil Uji SRMR.....	182
Lampiran 23 Uji NFI.....	182
Lampiran 24 Hasil Uji Nilai R-Square (R^2)	182
Lampiran 25 Tabel Q-square.....	183
Lampiran 26 Hasil Pengujian Hipotesis.....	183
Lampiran 27 Hasil Uji Bootstrapping	184