

**PENGARUH CITRA MEREK, DESAIN PRODUK DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**
(Studi Kasus pada *NF Collection*)

SKRIPSI



Nama : Nindo Famoriz

Nim : 43119010164

PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1

FAKULTAS EKONOMI & BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2023

**PENGARUH CITRA MEREK, DESAIN PRODUK DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**
(Studi Kasus pada *NF Collection*)

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



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2023**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nindo Famoriz

Nim : 43119010164

Program Studi : Manajemen S1

Menyatakan bahwa skripsi ini 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 saya terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 25 Juli 2023



Nindo Famoriz

NIM : 43119010164

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Nindo Famoriz
Nim : 43119010164
Program Studi : Manajemen S1
Judul Skripsi : PENGARUH CITRA MEREK, DESAIN PRODUK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus pada *NF Collection*)
Tanggal Sidang : 20 Oktober 2023

Disahkan Oleh :

Pembimbing

Hery Derajad Wijaya, S.Kom., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Ketua Program Studi S1 Manajemen

UNIVERSITAS
MERCUBUANA

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

Dudi Permana, Ph.D

LPTA 10233300



Please Scan QRCode to Verify

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Citra Merek, Desain Produk dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada NF *Collection*). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang sudah pernah membeli produk NF *Collection*, di wilayah Jakarta dan sekitarnya berjumlah 200 responden. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah suvey, instrument penelitian ini adalah kuisisioner. Metode analisis data yang digunakan adalah Evaluasi Measurement (*outer*) Model, *Inner* Model dan Uji Hipotesis dengan proses Smart-PLS (Partial Least Square) Program. Penelitian ini membuktikan bahwa Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Desain Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: Citra Merek, Desain Produk, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of Brand Image, Product Design and Product Quality on Purchasing Decisions (Case Study on NF Collection). The sample used in this study was all people who had purchased NF Collection products, in Jakarta and surrounding areas totaling 200 respondents. The data collection method used is survey, this research instrument is a questionnaire. The data analysis methods used are Evaluation of Measurement (outer) Model, Inner Model and Hypothesis Test with Smart-PLS (Partial Least Square) Program process. This research proves that Brand Image has a positive and significant effect on Purchasing Decisions. Product Design has a positive and significant influence on Purchasing Decisions. Product Quality has a positive and significant influence on Purchasing Decisions.

Keywords: *brand image, product design, product quality, purchasing decision.*



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Citra Merek, Desain Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada NF Collection)”**. Skripsi ini merupakan syarat dalam memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segenap hati penulis ingin mengucapkan dalam bentuk terima kasih atas segala bantuan, bimbingan, dan dukungan yang telah di berikan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Herry Derajad Wijaya S.Kom, MM, selaku dosen pembimbing yang telah sabar dalam membimbing, mengarahkan, serta memberikan saran-saran kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dan semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini terutama kepada :

1. Prof.Dr.Ir. Andi Adriansyah, M. Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Dudi Permana, MM, Ph.D., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

4. Kepada kedua Orang Tua saya tercinta dengan kasih sayang dan dukungan tiada akhir dalam memberikan do'a dan motivasi selama ini.
5. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang sudah memberikan segenap ilmunya.
6. Untuk seluruh Teman-teman Universitas Mercu Buana yang tidak bisa saya sebutkan satu-satu. Semoga kita dapat menemukan apa yang kita cari dan menggapai apa yang kita dambakan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena pengetahuan dan pengalaman penulis yang amat sangat masih terbatas. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritikan yang dapat membangun dari berbagai pihak. Semoga proposal skripsi ini bermanfaat serta dapat menambah pengetahuan. Dengan segala kerendahan diri, akhir kata penulis memohon maaf apabila ada kesalahan dalam proposal skripsi ini.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 25 juli 2023



Nindo Famoriz

Nim: 43119010164

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kontribusi penelitian	9
1. Kontribusi Praktis	9
2. Kontribusi Teoritis	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	10
A. Kajian Pustaka	10
1. Manajemen Pemasaran	10
2. Citra Merek	12
3. Desain Produk	15
4. Kualitas Produk	17
5. Keputusan Pembelian	20
B. Penelitian Terdahulu	24
C. Pengembangan Hipotesis	29
1. Pengaruh Citra Merek pada Keputusan Pembelian	30
2. Pengaruh Desain Produk pada Keputusan Pembelian	30

3. Pengaruh Kualitas Produk pada Keputusan Pembelian	30
D. Kerangka Konseptual	31
BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Waktu dan Tempat Penelitian	33
B. Desain Penelitian	33
C. Definisi Operasional Variabel	34
1. Definisi Variabel	34
2. Definisi Operasional Variabel	35
D. Skala Pengukuran Variabel	38
E. Populasi dan Sampel Penelitian	38
1. Populasi	38
2. Sampel	39
F. Teknik Pengumpulan Data	40
1. Data Primer	41
G. Metode Analisis Data	41
1. Analisis Statistik Deskriptif	41
2. Analisis Partial Least Square (PLS)	42
3. Langkah Pengujian PLS	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	47
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	47
1. Sejarah NF <i>Collection</i>	47
2. Visi dan Misi NF <i>Collection</i>	47
B. Analisis Deskriptif	48
1. Deskriptif Responden	48
2. Karakteristik Variabel	50
C. Metode Analisis Data	57
1. Evaluasi Measurement (<i>Outer Model</i>)	57
2. Pengujian Model Struktural atau Model Hipotesis (<i>Inner Model</i>)	65
D. Pembahasan Hasil Penelitian	70
1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	70
2. Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian	71

3. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	72
BAB VKESIMPULAN DAN SARAN	74
A. Kesimpulan	74
B. Saran	75
1. Saran Praktis	75
2. Saran Teoritis	76
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN	82



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Toko NF <i>Collection</i>	4
Tabel 1.2 Hasil Pra-Survey Keputusan Pembelian NF <i>Collection</i>	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 2.2 Kerangka Konseptual	31
Tabel 3.1 Operasional Variabel	35
Tabel 3.2 Instrumen Skala <i>Likert</i>	38
Tabel 4.1 Deskriptif Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4.2 Deskriptif Responden Berdasarkan Usia	49
Tabel 4.3 Deskriptif Responden Berdasarkan Pekerjaan	50
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek	51
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Variabel Desain Produk	52
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Produk	53
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	55
Tabel 4.8 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	59
Tabel 4.9 Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i>	61
Tabel 4.10 Hasil Analisis <i>Cross Loading</i>	62
Tabel 4.11 Hasil Analisis <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	63
Tabel 4.12 Hasil Analisis <i>Composite Reliability</i>	64
Tabel 4.13 Hasil Analisis <i>Cronbach's Alpha</i>	65
Tabel 4.14 Nilai Variabel Endogen	66
Tabel 4.15 Nilai <i>Effect Size</i> (F^2)	67
Tabel 4.16 Hasil Predictive Relevance (Q^2)	68
Tabel 4.17 Hasil Pengujian Hipotesis	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Nilai Ekspor Pakaian Jadi	2
Gambar 4.1 Hasil Algoritma PLS	58
Gambar 4.2 Hasil Uji <i>Bootstrapping</i> (Uji T-Statistic)	69



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian	82
Lampiran 2 : Hasil Kuesioner Penelitian	87
Lampiran 3 : Deskriptif Responden	106
Lampiran 4 : Hasil Uji Deskriptif Variabel	106
Lampiran 5 : Hasil Uji <i>Partial Least Square</i>	109
Lampiran 6 : Hasil Uji <i>Inner Model</i>	113

