

## **HALAMAN MOTTO**

“Ilmu tanpa akal ibarat memiliki sepatu tanpa kaki dan akal tanpa ilmu ibarat memiliki kaki tanpa sepatu.”

Ali bin Abi Thalib



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kelancaran, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar dan tepat waktu.

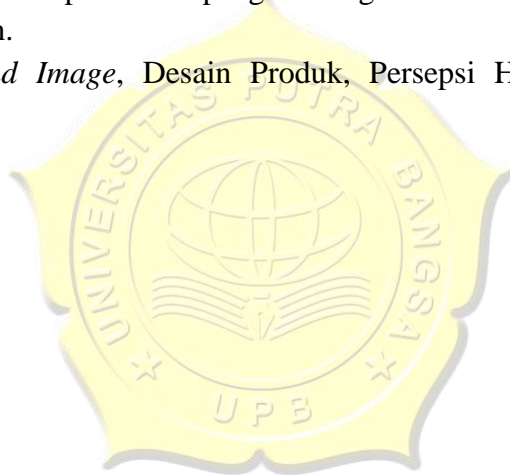
Skripsi ini saya persembahkan untuk:

- 1) Ibu tercinta, terimakasih sebesar besarnya telah menjadi tulang punggung keluarga serta doa yang selalu dipanjatkan selama ini. Terimakasih atas nasihat yang selalu diberikan meski terkadang pikiran kita tidak sejalan, terimakasih atas kesabaran dan kebesaran hati menghadapi penulis yang keras kepala.
- 2) Teruntuk kakak dan adiku tercinta, terimakasih sudah ikut serta dalam proses penulis menempuh pendidikan selama ini. Terimakasih atas semua doa dan cinta yang selalu diberikan kepada penulis.
- 3) Bapak Sumaji, terimakasih yang terdalam atas segala dedikasi dan pelajaran yang berharga selama ini. Terimakasih telah memberikan kenangan yang selalu membekas bagi penulis.
- 4) Bapak Arya Samudra Mahardhika, S.E.,M.Sc.,Ak.,CA. selaku dosen pembimbing yang telah sabar memberikan bimbingan, arahan serta motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
- 5) Teman-teman yang selalu memberikan hiburan dan bantuan. Terimakasih untuk semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu. Semoga Tuhan senantiasa membalas setiap kebaikan kalian semua.
- 6) Seluruh civitas akademika Universitas Putra Bangsa Kebumen dan pembaca yang budiman.

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Brand Image*, Desain Produk, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Aerostreet. Penelitian ini dilakukan dengan mengambil sampel sebanyak 100 responden. Populasi pada penelitian ini adalah pengguna *online shop* yang sudah pernah membeli dan menggunakan sepatu Aerostreet. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer yang diperoleh dari jawaban responden yang dikumpulkan melalui kuisisioner. Metode penelitian yang digunakan yaitu *nonprobability sampling* dengan teknik *convenience sampling*. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan teknik analisis regresi linear berganda dengan menggunakan bantuan SPSS for windows versi 25.0. Berdasarkan hasil dari penelitian menunjukkan bahwa *brand image* dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, namun desain produk berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : *Brand Image*, Desain Produk, Persepsi Harga dan Keputusan Pembelian.



## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the influence of brand image, product design, and price perception on purchase decisions for Aerostreet shoes. The study employed a sample of 100 respondents who have purchased and used Aerostreet shoes through online shops. Data was collected using a questionnaire and analyzed using non-probability sampling with a convenience sampling technique. The hypothesis testing was conducted using multiple linear regression analysis with the aid of SPSS for Windows version 25.0. Based on the results of the research, it shows that brand image and price perception have a positive and significant effect on purchasing decisions, but product design has a negative and insignificant effect on purchasing decisions for Aerostreet shoes.*

*Keyword : Brand Image, Product Design, Price Perception, and Purchase Decisions*



## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr. wb.

Segala puji penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan Judul **“Pengaruh *Brand Image*, Desain Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Aerostreet.”**

Tersusunnya skripsi ini tidak terlepas dari peran semua pihak yang telah dengan ikhlas memberikan bantuan kepada penulis dari awal hingga selesai. Karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Bapak Arya Samudra Mahardhika, S.E.,M.Sc.,Ak.,CA. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan serta motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
2. Ibu dan keluarga yang selalu memberikan motivasi dan do'a sehingga penulis mampu menyusun skripsi ini.
3. Seluruh Dosen beserta staff dan karyawan Universitas Putra Bangsa.
4. Teman-teman angkatan 2020 yang selalu memberikan semangat.
5. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang turut membantu terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan padalm penulisan ini, untuk itu penulis memohon kritik dan saran dari semua pihak. Semoga dengan

selesainya penyusunan skripsi ini juga dapat membawa manfaat terutama bagi penulis dan seluruh pihak yang membantunya.

Wassalamu'alaikum wr.wb



## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG DEPAN.....	i
HALAMAN SAMBUNG DEPAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN .....	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME .....	v
HALAMAN MOTTO .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vii
ABSTRAK .....	viii
<i>ABSTRACT</i> .....	ix
KATA PENGANTAR .....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	9
1.3. Batasan Masalah.....	10
1.4. Tujuan Penelitian.....	11
1.5. Manfaat Penelitian.....	12
1.5.1. Manfaat Teoritis .....	12
1.5.2. Manfaat Praktis .....	13

BAB II.....	14
KAJIAN PUSTAKA.....	14
2.1. Tinjauan Teori .....	14
2.1.1. Teori Penelitian .....	14
2.1.2. Keputusan Pembelian.....	15
2.1.3 <i>Brand Image</i> .....	21
2.1.4 Desain Produk .....	24
2.1.5 Persepsi Harga.....	26
2.2. Penelitian Terdahulu.....	29
2.3. Hubungan Antar Variabel .....	31
2.4. Model Empiris .....	34
2.5. Hipotesis .....	34
BAB III .....	36
METODE PENELITIAN.....	36
3.1. Objek dan Subjek Penelitian .....	36
3.2. Variabel Penelitian .....	36
3.3. Definisi Operasional Variabel .....	37
3.4. Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	42
3.5. Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	43
3.6. Populasi dan Sampel .....	44
3.7. Teknik Analisis.....	46
BAB IV .....	59
ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....	59
4.1. Gambaran Perusahaan .....	59
4.2. Analisis Deskriptif.....	59



4.3.	Analisis Statistik.....	62
4.3.1	Uji Validitas .....	62
4.3.2	Uji Reliabilitas .....	65
4.3.3	Uji Asumsi Klasik.....	66
4.3.4	Analisis Regresi Linier Berganda .....	73
4.3.5	Uji Hipotesis .....	74
4.4.	Pembahasan .....	79
BAB V	.....	83
SIMPULAN	.....	83
5.1.	Simpulan.....	83
5.2.	Keterbatasan .....	84
5.3.	Implikasi.....	85
DAFTAR PUSTAKA	.....	88
LAMPIRAN	.....	93



## DAFTAR TABEL

TABEL 1- 1 .....	3
TABEL 1- 2 .....	4
TABEL II- 1 .....	29
TABEL III- 1.....	39
TABEL III- 2.....	40
TABEL III- 3.....	41
TABEL III- 4.....	42
TABEL IV- 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	60
TABEL IV- 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	60
TABEL IV- 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	61
TABEL IV- 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	62
TABEL IV- 5 Hasil Uji Validitas Brand Image.....	63
TABEL IV- 6 Hasil Uji Validitas Desain Produk.....	64
TABEL IV- 7 Hasil Uji Validitas Persepsi Harga .....	64
TABEL IV- 8 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian .....	65
TABEL IV- 9 Hasil Uji Reliabilitas .....	66
TABEL IV- 10 Hasil Uji Multikolinietas .....	68
TABEL IV- 11 Hasil Uji Glejser .....	69
TABEL IV- 12 Hasil Uji Kolmogorov Smirnov .....	71
TABEL IV- 13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	73
TABEL IV- 14 Hasil Uji Parsial (uji t).....	76
TABEL IV- 15 Hasil Uji Simultan (Uji F) .....	78
TABEL IV- 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	79

## DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1- 1 .....	1
GAMBAR II- 1 .....	34
GAMBAR IV 1 Hasil Uji Heterokedastisitas .....	70
GAMBAR IV 2 Hasil Uji Normalitas.....	72



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 - Pengantar Kuesioner
- Lampiran 2 - Kuisisioner Penelitian
- Lampiran 3 - Tabulasi Data
- Lampiran 4 - Hasil Uji Validitas
- Lampiran 5 - Uji Reliabilitas
- Lampiran 6 - Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 7 - Analisis Regresi Linier Berganda
- Lampiran 8 - Uji Hipotesis
- Lampiran 9 - Tabel r
- Lampiran 10 – Tabel t
- Lampiran 11 – Tabel f
- Lampiran 12 - Kartu Konsultasi Skripsi
- Lampiran 13 – Kartu Peserta Seminar Proposal Skripsi

