

HALAMAN MOTTO

“Ketahuilah bahwa kemenangan bersama kesabaran, kelapangan bersama
kesempitan, dan kesulitan bersama kemudahan”

-HR Tirmidzi



HALAMAN PERSEMBAHAN

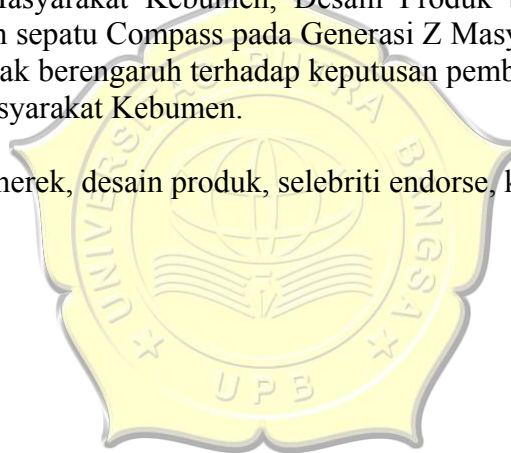
Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT atas terselesikannya tugas akhir ini, tidak lepas juga dukugan dan doa dari seluruh insan yang ada dihidup saya. Maka dari itu saya persembahkan tugas akhir ini sebagai tanda terimakasih kepada :

1. Diri saya sendiri, yang telah berhasil melawan rasa malas, pesimis, dan ketidakpercayaan. Terimakasih untuk diri saya sendiri karena sudah berjuang sampai pada titik ini.
2. Seluruh keluarga saya, Bapak Akhmad Mustafid dan Ibu Titin Sumarni selaku orang tua tercinta saya dan juga kepada saudara saya Muhamad Akmal Mustofa yang telah senantiasa memberikan dorongan demi keberhasilan saya, dan selalu mendoakan dengan tulus, memberikan semangat dalam menyusun skripsi ini.
3. Partner terbaik, Az Arjuningrum yang senantiasa selalu memberikan dorongan motivasi, doa, semangat dan segala dukungan dalam hal apapun atas perjuangan dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
4. Dosen pembimbing saya Ibu Dewi Noor Susanti, S.T., M.M. yang selalu memberikan pengarahan dan bimbingan sampai dengan terselesikannya tugas akhir ini dengan baik.
5. Seluruh teman-teman yang ikut memberikan semagat dalam menyusun skripsi ini

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, desain produk dan selebriti endorse terhadap keputusan pembelian sepatu Compass pada Generasi Z Masyarakat Kebumen. Teknik pengambilan sampel yang dilakukan menggunakan teknik non-probability sampling atau sampel jenuh dengan mengambil sampel secara keseluruhan atau semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioer. Analisis data yang dilakukan dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas dan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji normalitas, analisis regresi linear berganda, uji hiotseis terdiri dari uji parsial, uji simultan dan uji koefisien determinasi. Alat bantu dalam pengolahan data yaitu dengan menggunakan IBM SPSS for windows versi 26.0. hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Citra Merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu Compass pada Generasi Z Masyarakat Kebumen, Desain Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu Compass pada Generasi Z Masyarakat Kebumen, dan Selebriti Endorse tidak berengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu Compass pada Generasi Z Masyarakat Kebumen.

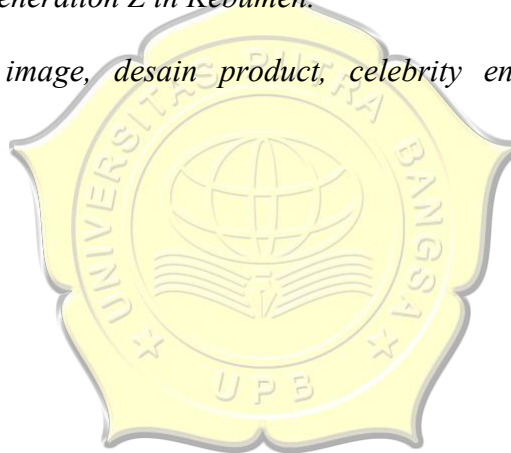
Kata Kunci : citra merek, desain produk, selebriti endorse, keputusan pembelian



ABSTRACT

This research aims to determine the influence of brand image, product design and celebrity endorsement on the decision to purchase Compass shoes among Generation Z of the Kebumen community. The sampling technique is carried out using non-probability sampling techniques or saturated samples by taking the entire sample or all members of the population are used as samples. Respondents in this study numbered 100 people. The data collection technique was carried out through distributing questionnaires. Data analysis was carried out using validity tests, reliability tests and classic assumption tests consisting of multicollinearity tests, heteroscedasticity tests and normality tests, multiple linear regression, hiotseis tests consisting of partial tests, simultaneous tests and coefficient of determination tests. The tool for data processing is using IBM SPSS for Windows version 26.0. The results of this research show that Brand Image influences the decision to purchase Compass shoes in Generation Z in Kebumen, Product Design influences the decision to purchase Compass shoes in Generation Z in Kebumen, and Celebrity Endorsement does not influence the decision to purchase Compass shoes in Generation Z in Kebumen.

Keyword : brand image, desain product, celebrity endorsement, purchase decision



KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kepada tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan judul “pengaruh citra merek, desain produk, dan selebriti endorse terhadap keputusan pembelian sepatu Compass pada generasi Z Masyarakat Kebumen” tugas akhir ini disusun dan diajukan kepada Universitas Putra Bangsa sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana dalam ilmu manajemen.

Tersusunnya skripsi ini tidak lepas dari peran semua pihak yang telah membantu penulis. Karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada yang terhormat :

1. Ibu Dewi Noor Susanti, S.T., M.M selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan banyak waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan dan masukan selama penulisan skripsi ini.
2. Sepatu Compass yang telah bersedia menjadi objek penelitian penulis.
3. Seluruh Dosen beserta staff dan karyawan Universitas Putra Bangsa.
4. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang turut membantu dalam penyusunan tugas akhir ini.

Penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan dalam penelitian ini. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat dibutuhkan. Semoga dengan selesainya penyusunan skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh orang maupun bagi penelitian selanjutnya.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN.....	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME.....	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAKSI.....	viii
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	12
1.3. Batasan Masalah.....	13
1.4. Tujuan Penelitian.....	15
1.5. Manfaat Penelitian.....	16
BAB II.....	17
KAJIAN PUSTAKA.....	17

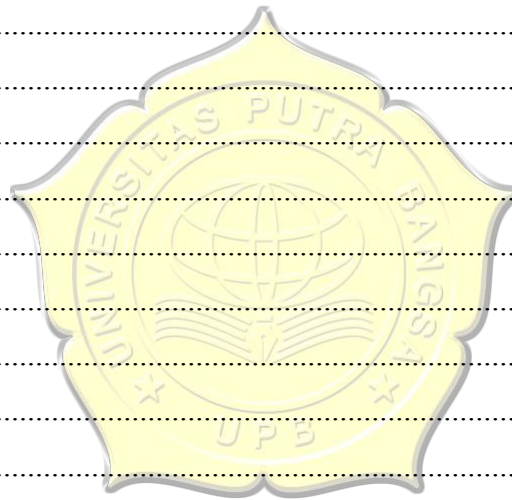
2.1.	Tinjauan Teori	17
2.1.1.	Variabel Keputusan Pembelian.....	17
2.1.2.	Variabel Citra Merek.....	21
2.1.3.	Variabel Desain Produk	24
2.1.4.	Variabel Selebriti Endorse	26
2.2.	Penelitian Terdahulu.....	29
2.3.	Hubungan Antar Variabel	32
2.4.	Model Empiris	35
2.5.	Hipotesis	36
BAB III	38
METODE PENELITIAN	38
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian	38
3.2.	Variabel Penelitian	38
3.3.	Definisi Operasional Variabel	39
3.4.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	43
3.5.	Populasi dan Sampel	47
3.6.	Teknik Analisis.....	49
BAB IV	62
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	62
4.1.	Analisis Deskriptif.....	63
4.2.	Analisis Statistik.....	69
4.3.	Pembahasan	82
BAB V	88
SIMPULAN	88

5.1. Simpulan.....	88
5.2. Keterbatasan	89
5.3. Implikasi.....	90
5.3.1 Implikasi Praktis	90
5.3.2 Implikasi Teoritis.....	91
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN.....	99



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.....	3
Tabel 1.2.....	5
Tabel 1.3.....	6
Tabel 1.4.....	7
Tabel 2.1.....	30
Tabel 3.1.....	40
Tabel 3.2.....	41
Tabel 3.3.....	42
Tabel 3.4.....	43
Tabel 4.1.....	63
Tabel 4.2.....	64
Tabel 4.3.....	66
Tabel 4.4.....	67
Tabel 4.5.....	68
Tabel 4.6.....	69
Tabel 4.7.....	70
Tabel 4.8.....	70
Tabel 4.9.....	71
Tabel 4.10.....	72
Tabel 4.11.....	73
Tabel 4.12.....	76
Tabel 4.13.....	79
Tabel 4.14.....	81
Tabel 4.15.....	82



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	36
Gambar 4.1	74
Gambar 4.2	75



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Data Responden

Lampiran 3 Tabulasi Data

Lampiran 4 Hasil Output SPSS

Lampiran 5 Tabel r

Lampiran 6 Tabel t

Lampiran 7 Tabel f

Lampiran 8 Kartu Konsultasi

Lampiran 9 Kartu Seminar

