

HALAMAN MOTTO

“MESIN TEMPUR RAKITAN IBU DILARANG MENGELUH”



HALAMAN PERSEMBAHAN

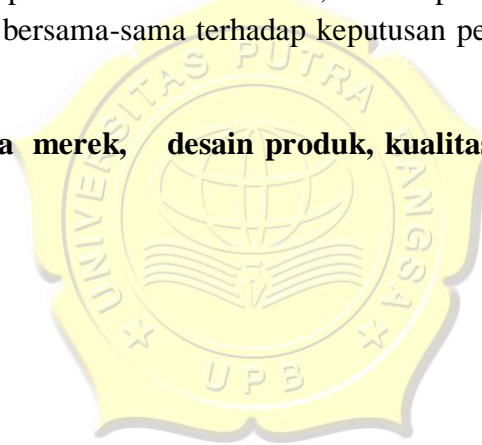
Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Allah SWT pencipta semesta alam yang telah memberiku hidup sehat, berkah dan rizki-nya,
2. Bapak dan Ibu tercinta terimakasih atas dukungan dan pengorbanannya sungguh cinta kasih Bapak dan Ibu yang tulus, do'a serta kasih sayangnya tak akan pernah saya lupakan selamanya.
3. Untuk seluruh keluargaku dan saudaraku terimakasih atas do'a dan dukungannya.
4. Untuk kakak Saya yang terbaik Aji Setiawan dan Anjar Dwi Cahya terimakasih banyak.
5. Untuk teman saya Aji Darmawan dan Septo Adi Putro yang selalu memberikan support dan pengarahannya kepada saya.
6. Teman-teman saya yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, terimakasih atas dukungan dukungannya.
7. Seluruh *civitas akademika* Universitas Putra Bangsa Kebumen dan pembaca yang budiman.

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh Citra Merek, Desain Produk, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Sneakers Piero di Kabupaten Kebumen. Pengambilan sampel menggunakan metode *nonprobability sampling*. penelitian ini mengambil sampel sebanyak 100 responden pada pengguna sepatu sneakers di kabupaten Kebumen dan dapat dilakukan analisis data. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Alat analisis data menggunakan bantuan program aplikasi komputer yaitu *IBM SPSS Statistics 25*. Berdasarkan metode statistika dilakukan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas), uji parsial, uji koefisien determinasi, dan analisis jalur. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan uji validitas dan reliabilitas semua variabel dinyatakan valid dan reliabel. Berdasarkan hasil yang diperoleh bahwa variabel citra merek dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun desain produk tidak berpengaruh secara langsung/ signifikan terhadap keputusan pembelian. Citra merek, desain produk dan kualitas produk berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian sepatu sneakers piero.

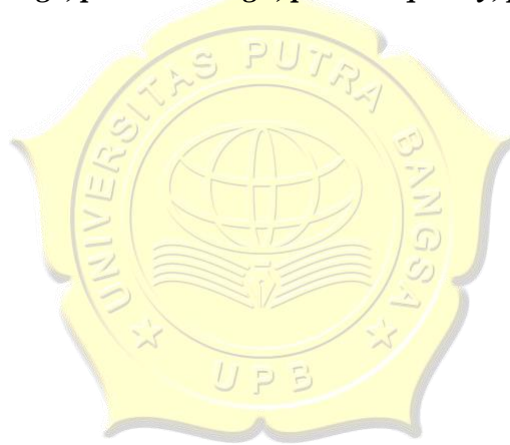
Kata Kunci :Citra merek, desain produk, kualitas produk, keputusan pembelian.



ABSTRACT

This research aims to test and analyze the influence of Brand Image, Product Design and Product Quality on Purchase Decisions for Piero Sneakers in Kebumen Regency. Sampling used a nonprobability sampling method. This research took a sample of 100 respondents from sneaker users in Kebumen district and data analysis was carried out. This research is a type of quantitative research. The data collection technique was carried out using a questionnaire. The data analysis tool uses the help of a computer application program, namely IBM SPSS Statistics 25. Based on statistical methods, validity tests, reliability tests, classical assumption tests (multicollinearity test, heteroscedasticity test and normality test), partial tests, coefficient of determination tests and path analysis are carried out. The results of this research show that based on validity and reliability tests all variables are declared valid and reliable. Based on the results obtained, the variables of brand image and product quality have a significant effect on purchasing decisions. However, product design does not have a direct/significant influence on purchasing decisions. Brand image, product design and product quality jointly influence the decision to purchase Piero sneakers.

Keywords: *Brand image, product design, product quality, purchasing decisions.*



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya yang telah diberikan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH CITRA MEREK, DESAIN PRODUK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU SNEAKERS PIERO DI KABUPATEN KEBUMEN”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Strata-1 (S1) pada program studi Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen.

Skripsi ini merupakan salah satu tolak ukur keberhasilan penulis dalam mengimplementasikan dan mengimplikasikan ilmu yang didapat dibangku kuliah dengan realita kehidupan nyata, khususnya dalam bidang penelitian ilmiah. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tentu penulis menemui banyak kesulitan dan hambatan, akan tetapi berkat bantuan, bimbingan dan nasehat dari berbagai pihak saya dapat menyelesaikan skripsi sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya terutama kepada:

1. Ibu Feby Evelyn, SE., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Bapak dan Ibu Dosen beserta staf dan karyawan Universitas Putra Bangsa Kebumen.

3. Seluruh staf dan pustakawan perpustakaan Universitas Putra Bangsa Kebumen.
4. Semua responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi data kuesioner yang sangat diperlukan dalam keberlangsungan penulisan skripsi.
5. Kepada semua pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini dari awal sampai akhir.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.



Kebumen, 31 Juli 2024

Penulis,

Anggit Try Handesto

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAKSI.....	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Batasan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	13
2.1. Tinjauan Teori	13
2.1.1 Keputusan Pembelian	13
2.1.2. Citra Merek	18
2.1.3 Desain Produk.....	21
2.1.4. Kualitas Produk	24
2.2 Penelitian Terdahulu.....	27
2.3. Hubungan Antar Variabel.....	34
2.4. Model Empiris	36
2.5. Hipotesis	36
BAB III METODE PENELITIAN.....	38
3.1 Objek dan Subjek Penelitian.....	38
3.1.1 Objek Penelitian	38
3.1.2 Subjek Penelitian.....	38

3.2 Variabel Penelitian.....	38
3.2.1 Variabel Terikat (Dependent).....	39
3.2.2 Variabel Bebas (Independent).....	39
3.3 Definisi Operasional Variabel	39
3.5. Data dan Teknik Pengumpulan Data	44
3.5.1. Jenis Data	45
3.5.2. Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.6. Populasi dan Sampel.....	46
3.6.1. Populasi Penelitian	46
3.6.2. Sampel Penelitian.....	47
3.7. Teknik Analisis.....	49
3.7.1. Analisis Deskriptif	50
3.7.2. Analisis Statistik.....	50
3.8. Alat Analisis.....	50
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	60
4.1. Analisis Deskriptif.....	60
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan	60
4.2. Analisis Deskriptif.....	60
4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	61
4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	62
4.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan/Uang Saku.....	62
4.3. Analisis Statistik.....	63
4.3.1. Uji Instrumen Validitas Dan Reliabilitas.....	63
4.3.2. Uji Asumsi Klasik	68
4.3.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	73
4.3.4 Uji Hipotesis	74
4.4 Pembahasan.....	79
4.4.1 Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	79
4.4.2 Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian	80
4.4.3 Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	81

4.4.4 Citra Merek, Desain Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	82
BAB V SIMPULAN	83
5.1. Simpulan	83
5.2. Keterbatasan.....	84
5.3. Implikasi	85
5.3.1 Implikasi Praktis.....	85
5.3.2 Implikasi Teoritis	87
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN.....	93



DAFTAR GAMBAR

Gambar II. 1 Model Empiris 36



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Penjualan sepatu piero tahun 2020-2023	3
Tabel 1. 2 Hasil Observasi Pengguna Sepatu Piero di Kabupaten Kebumen	4
Tabel II. 1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	32
Tabel III. 1 Indikator dan Distribusi Variabel Keputusan Pembelian	40
Tabel III. 2 Indikator dan Distribusi Variabel Citra Merek pada Kuesioner	41
Tabel III. 3 Indikator dan Distribusi Variabel Desain Produk pada Kuesioner	42
Tabel III. 4 Indikator dan Distribusi Variabel Kualitas Produk pada Kuesioner	43
Tabel IV. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
Tabel IV. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	61
Tabel IV. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	62
Tabel IV. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan/Uang Saku	63
Tabel IV. 5 Hasil Validitas Keputusan Pembelian	64
Tabel IV. 6 Hasil Validitas Citra Merek	65
Tabel IV. 7 Hasil Validitas Desain Produk	66
Tabel IV. 8 Hasil Validitas Kualitas Produk	66
Tabel IV. 9 Hasil Uji Reliabilitas	67
Tabel IV. 10 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	70
Tabel IV. 11 Hasil Uji Multikolinieritas	71
Tabel IV. 12 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	73
Tabel IV. 13 Hasil Uji Parsial (Uji t)	75
Tabel IV. 14 Hasil Uji Simultan(UjiF)	77
Tabel IV. 15 Hasil Uji Determinasi (Uji R ²)	79