

**PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI DAN
DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK FLADEO DI RAMAYANA
PANBIL MALL**

SKRIPSI



**Oleh:
Netty R. Sihombing
190910351**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2023**

**PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI DAN
DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK FLADEO DI RAMAYANA
PANBIL MALL**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
Memperoleh gelar sarjana**



Oleh

Netty R. Sihombing

190910351

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2023**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Netty R. Sihombing

NPM 190910351

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat dengan judul:

“ PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FLADEO DI RAMAYANA PANBIL MALL”

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya didalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip di dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi ini digugurkan dan skripsi yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 31 Januari 2023



Netty R. Sihombing

190910351

**PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI DAN
DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK FLADEO DI RAMAYANA
PANBIL MALL**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
Memperoleh gelar sarjana**

**Oleh
Netty R. Sihombing
190910351**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
Seperti tertera di bawah ini**

Batam, 31 Januari 2023



**Sunargo, S.E., M.Sc.
Pembimbing**



Universitas Putera Batam

ABSTRAK

Kegiatan bisnis saat ini semakin berkembang, persaingan bisnis yang semakin ketat membuat setiap perusahaan harus mampu bersaing supaya dapat bertahan dengan menonjolkan keunggulan-keunggulan yang ada pada produknya demi mempertahankan konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah citra merek, promosi, desain produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Penelitian dilakukan di Ramayana Panbill mall dengan responden sebanyak 100 orang. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan metode pengumpulan data secara observasi, kuesioner, dan studi Pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1. Citra merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Fladeo di Ramayana Panbil Mall, 2. Promosi mempengaruhi keputusan pembelian produk Fladeo di Ramayana Panbil Mall, 3. Desain produk mempengaruhi keputusan pembelian produk Fladeo di Ramayana Panbil Mall.

Kata Kunci: Citra Merek, Promosi, Desain Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Today's business activities are growing, increasingly fierce business competition makes every company must be able to compete in order to survive by highlighting the advantages that exist in its products in order to retain consumers. The purpose of this research is to find out whether brand image, promotion, product design influence purchasing decisions. The research was conducted at Ramayana Panbill mall with 100 respondents. The type of research used is quantitative research with data collection methods by observation, questionnaires, and library research. The results showed that 1. Brand image did not influence the decision to purchase Fladeo products at Ramayana Panbil Mall, 2. Promotion influenced the purchase decisions for Fladeo products at Ramayana Panbil Mall, 3. Product design influenced the purchase decisions for Fladeo products at Ramayana Panbil Mall

Keywords: *Brand Image, Promotion, Product Design, Purchasing Decision*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa (YME) yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen di Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Karena itu kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Ibu Dr.Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI., sebagai Rektor Universitas Putera Batam;
2. Bapak Dr.Michael Rorong, S.T., M.I.Kom. sebagai Dekan FISHUM di UPB;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom.,M.Si., sebagai Kaprodi Manajemen di Universitas Putera Batam;
4. Bapak Sunargo, S.E., M.Sc. sebagai pembimbing Skripsi di Prodi Manajemen Universitas Putera Batam yang telah memberikan bimbingan, pengarahan yang berharga kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini;
5. Semua Dosen serta Pegawai UPB yang sudah berbagi wawasan bersamapeneliti;
6. Orang tua serta keluarga peneliti yang kerap berdoa serta memberi support penuh pada peneliti;
7. Rekan seangkatan penulis yang menolong sampai tuntas studi skripsi ini;

Semoga Tuhan YME membalas kebaikan dan selalu mencurahkan kasih dan rahmatnya, Amin.

Batam, 31 Januari 2023

(Netty R. Sihombing)



Universitas Putera Batam

DAFTAR ISI

SAMPULDEPAN	i
HALAMAN SAMPUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITA	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR RUMUS	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Batasan Masalah	7
1.4 Rumusan Masalah.....	8
1.5 Tujuan Penelitian	8
1.6 Manfaat Penelitian	9
1.2.1 Manfaat Teoritis.....	9
1.2.2Manfaat Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Kajian Teori	10
2.1.1 Citra Merek	10
2.1.2 Promosi	12
2.1.3 Desain Produk.....	14
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	18
2.2 Penelitian Terdahulu	22
2.3 Kerangka Pemikiran.....	24
2.3.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	25
2.3.2 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	25
2.3.3 Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian	26
2.3.4Pengaruh Citra Merek, Promosi dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	26
2.4 Hipotesis	27
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Jenis Penelitian.....	28
3.2 Sifat Penelitian	28
3.3 Lokasi dan Periode Penelitian.....	28
3.3.1 Lokasi Penelitian.....	28
3.3.2 Periode Penelitian	29

3.4 Populasi dan Sampel	29
3.4.1 Populasi.....	29
3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel.....	29
3.4.3 Teknik Sampling	30
3.5 Sumber Data.....	30
3.6 Metode Pengumpulan Data	31
3.7 Defenisi Operasional Variabel Penelitian	31
3.8 Metode Analisis Data.....	33
3.8.1 Uji Instrumen	33
3.8.2 Uji Asumsi Klasik.....	34
3.8 Uji Hipotesis	36
3.8.1 Regresi Linear Berganda.....	36
BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	37
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden.....	38
4.2.1 Profil Responden.....	38
4.3 Deskriptif Jawaban Responden	42
4.3.1 Deskriptif Variabel Citra Merek (X1).....	42
4.3.2 Deskriptif variabel Promosi (X2).....	43
4.3.3 Deskriptif Variabel Desain Produk (X3).....	44
4.3.4 Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y)	45
4.4 Analisis Data	47
4.4.1 Hasil Uji Kualitas Data	47
4.4.2 Uji Asumsi Klasik.....	51
4.4.3 Hasil Uji Pengaruh.....	55
4.5 Hasil Uji Hipotesis	57
4.5.1 Hasil Uji t.....	57
4.5.2 Hasil Uji F.....	58
4.6 Pembahasan.....	59
4.6.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	59
4.6.2 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	61
4.6.3 Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian	62
4.6.4 Pengaruh Citra Merek, Promosi Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fladeo Di Ramayana Panbil Mall.....	62
4.7 Implikasi Hasil Penelitian	63
4.7.1 Implikasi Praktis	63
4.7.2 Implikasi Teoritis	64
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	62
5.1 Simpulan	62
5.2 Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	65
Lampiran 1 :Pendukung Penelitian	69
Lampiran 2 Daftar Riwayat Hidup.....	114
Lampiran 3 Surat Keterangan Penelitian	115

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	28
Gambar 4.1 Ramayana Panbil Mall.....	37
Gambar 4.2 Diagram Jenis Kelamin.....	39
Gambar 4.3 Diagram Usia.....	40
Gambar 4.4 Diagram Lama Penggunaan Fladeo.....	41
Gambar 4.5 Diagram Histogram.....	52
Gambar 4.6 Diagram Normal <i>P-P Plot of Regression Standardized Residua</i>	52

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Fladeo Pada tahun 2021 di Ramayana Panbil Mall -----	2
Tabel 1.2 Top Brand Index Kategori Sepatu casual Tahun 2020-2022 -----	3
Tabel 1.3 Promosi Produk Fladeo	4
Tabel 1.4 Desain Produk Fladeo	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1 Waktu Penelitian	29
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	32
Tabel 4.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Tabel 4.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia	40
Tabel 4.3 Identitas Responden Berdasarkan Lama	41
Tabel 4.4 Deskriptif Skor Variabel Citra Merek	42
Tabel 4.5 Deskriptif Variabel Promosi(X2)	43
Tabel 4.6 Deskriptif Variabel Desain Produk (X3)	44
Tabel 4.7 Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y)	46
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas	48
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas	51
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolieritas	53
Tabel 4.11 Hasil Uji H	54
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	55
Tabel 4.13 Hasil Uji R <i>Square</i>	56
Tabel 4.14 Hasil Uji t	57
Tabel 4.15 Hasil Uji F	59

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Lemeshow	30
Rumus 3.2 Regresi linear berganda	37