

**PENGARUH CITRA MEREK, DESAIN PRODUK
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPATU NIKE DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh :
Didi Abdi Abadi
150910411**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2019**

**PENGARUH CITRA MEREK, DESAIN PRODUK
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPATU NIKE DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh :
Didi Abdi Abadi
150910411**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2019**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertandatangan dibawah ini saya

Nama : Didi Abdi Abadi
NPM : 150910411
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen Bisnis

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

Pengaruh Citra Merek, Desain Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike di Kota Batam

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya di dalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam 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 gelar akademik 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, 03 Februari 2019

Didi Abdi Abadi
150910411

**PENGARUH CITRA MEREK, DESAIN PRODUK
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPATU NIKE DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh
Didi Abdi Abadi
150910411**

**Telah disetujui oleh pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini**

Batam, 01 Februari 2019

**Nora Pitri Nainggolan, S.E., M.Si.
Pembimbing**

ABSTRAK

Persaingan bisnis yang terjadi pada era saat ini semakin kompetitif, tidak terkecuali bagi produsen sepatu olahraga. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, desain produk dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu Nike di kota Batam. Penelitian ini dilakukan di Nike store Megamall Batam. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berbelanja di Nike store Megamall Batam pada tahun 2018 khususnya lima bulan terakhir yaitu Mei, Juni, Juli, Agustus, September sebanyak 2078 orang. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 96 orang yang diambil menggunakan teknik *probability sampling* dengan metode *random sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan data primer dan sekunder yaitu melalui wawancara, studi literatur dan penyebaran kuesioner menggunakan skala *likert* untuk mengukur 21 pernyataan indikator. Analisis yang digunakan adalah uji regresi linier berganda dan diolah menggunakan program SPSS 20. Dari hasil uji f menunjukkan bahwa citra merek, desain produk dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu Nike di kota Batam. Dan dari hasil uji t secara parsial, diketahui bahwa citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu Nike di Kota Batam, desain produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu Nike di Kota Batam dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu Nike di Kota Batam.

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

ABSTRACT

Business competition that occurs in the current era is increasingly competitive, no exception for sports shoe manufacturers. This study aims to determine the effect of brand image, product design and product quality on the purchase decision of Nike shoes in the city of Batam. This research was conducted at Nike store Megamall Batam. The population in this study are consumers who shop at Nike store Megamall Batam in 2018, especially the last five months, namely May, June, July, August, September as many as 2078 people. The sample in this study amounted to 96 people taken using probability sampling techniques with random sampling method. Data collection is done using primary and secondary data through interviews, literature studies and questionnaires using the Likert scale to measure 21 indicator statements. The analysis used is multiple linear regression test and processed using SPSS 20 program. From the results of the f test shows that the brand image, product design and product quality simultaneously have a significant effect on the purchase decision of Nike shoes in the city of Batam. And from the results of the partial t test, it is known that brand image has a significant effect on purchasing decisions of Nike shoes in Batam City, product design has a significant effect on purchasing decisions of Nike shoes in Batam City and product quality has a significant effect on Nike shoes purchasing decisions in Batam City.

Keywords: *Brand image, product design, product quality, purchasing decision*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas 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 Bisnis Universitas Putera Batam.

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

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen.
3. Ibu Nora Pitri Nainggolan, S.E., M.Si. selaku Pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Bisnis Universitas Putera Batam.
4. Dosen dan Staf Akademik Universitas Putera Batam.
5. Bapak Deni Supriyanto, selaku Manajer Nike store Megamall Batam.
6. Orang tua dan saudara kandung yang selalu memberikan dukungan.
7. Sahabat-sahabat saya Abraham, Alex, Ben, Havas, Nurdin, Putra dan semua tim Manajemen Bisnis angkatan tahun 2015.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufikNya, Amin.

Batam, 01 Februari 2019

Didi Abdi Abadi

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN

HALAMAN JUDUL

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	i
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR RUMUS	xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1	Latar Belakang Masalah	1
1.2	Identifikasi Masalah.....	7
1.3	Batasan Masalah	8
1.4	Rumusan Masalah.....	8
1.5	Tujuan Penelitian	9
1.6	Manfaat Penelitian	9
1.6.1	Manfaat Teoritis.....	9
1.6.2	Manfaat Praktis	10

BAB II LANDASAN TEORI

2.1	Teori Dasar.....	11
2.1.1	Citra Merek	11
2.1.1.1	Pengertian Citra Merek	11
2.1.1.2	Manfaat Merek.....	12
2.1.1.3	Tipe-tipe Citra Merek	12
2.1.1.3	Syarat Memilih Merek	13

2.1.1.4	Indikator Citra Merek	13
2.1.2	Desain Produk.....	14
2.1.2.1	Pengertian Desain Produk.....	14
2.1.2.2	Langkah-langkah Pengembangan Desain Produk	14
2.1.2.3	Konsep Pengembangan Desain Produk	15
2.1.2.4	Indikator Desain Produk	15
2.1.3	Kualitas Produk.....	16
2.1.3.1	Pengertian Kualitas Produk.....	16
2.1.3.2	Penentu Kualitas Produk.....	16
2.1.3.3	Biaya Kualitas Produk	18
2.1.3.4	Indikator Kualitas Produk	18
2.1.4	Keputusan Pembelian.....	19
2.1.4.1	Pengertian Keputusan Pembelian	19
2.1.4.2	Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	19
2.1.4.3	Peran dalam Keputusan Pembelian.....	23
2.1.4.4	Tahap Proses Keputusan Pembelian	23
2.1.4.5	Indikator Keputusan Pembelian.....	25
2.2	Penelitian Terdahulu	25
2.3	Kerangka Pemikiran.....	27
2.4	Hipotesis	27

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Desain Penelitian	29
3.2	Operasional Variabel	29
3.2.1	Variabel Dependen.....	29
3.2.2	Variabel Independen	30
3.3	Populasi dan Sampel	32
3.3.1	Populasi.....	32
3.3.2	Sampel.....	32
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.5	Metode Analisis Data.....	34
3.5.1	Analisis Deskriptif	34

3.5.2	Uji Kualitas Data.....	34
3.5.2.1	Uji Validitas	34
3.5.2.2	Uji Reliabilitas	35
3.5.3	Uji Asumsi Klasik.....	36
3.5.3.1	Uji Normalitas.....	36
3.5.3.2	Uji Multikolinieritas.....	36
3.5.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	37
3.5.4	Uji Pengaruh	37
3.5.4.1	Uji Regresi Linier Berganda	37
3.5.4.2	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	38
3.5.5	Uji Hipotesis	38
3.5.5.1	Uji T (Uji Parsial)	39
3.5.5.2	Uji F (Uji Simultan)	39
3.6	Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	40
3.6.1	Lokasi Penelitian.....	40
3.6.2	Jadwal Penelitian	40

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Hasil Penelitian	41
4.1.1	Karakteristik Responden.....	41
4.1.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
4.1.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	42
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	43
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	44
4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	45
4.1.2	Analisis Deskriptif	46
4.2.1.1	Deskriptif Variabel Citra Merek (X1).....	47
4.2.1.2	Deskriptif Variabel Desain Produk (X2)	48
4.2.1.3	Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X3)	49
4.2.1.4	Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y)	50
4.1.3	Uji Kualitas Data.....	51
4.1.3.1	Uji Validitas	51

4.3.2	Uji Reliabilitas	52
4.1.4	Uji Asumsi Klasik.....	53
4.1.4.1	Uji Normalitas.....	53
4.4.2	Uji Multikolinearitas	55
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas.....	56
4.1.5	Uji Pengaruh	58
4.1.5.1	Uji Analisis Regresi Linier Berganda	58
4.1.5.2	Analisis Koefisien Determinasi (R ²).....	59
4.1.6	Uji Hipotesis	60
4.1.6.1	Uji T	60
4.1.6.2	Uji F	62
4.2	Pembahasan.....	63

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan	67
5.2	Saran	68

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Variasi Desain Sepatu Nike.....	4
Gambar 1.2 Penjualan Sepatu Nike Periode Mei – September 2018.....	6
Gambar 2.1 Kerangka pemikiran	27
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	43
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	44
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	45
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	46
Gambar 4.6 Hasil Uji Normalitas Variabel Keputusan Pembelian.....	54
Gambar 4.7 Hasil Uji Normalitas Variabel Keputusan Pembelian.....	54
Gambar 4.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas	57

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Top Brand Index Sepatu Olahraga.....	3
Tabel 1.2	Data Penjualan Sepatu Nike.....	5
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	31
Tabel 3.2	Skala Likert	33
Tabel 3.3	Range Validitas	35
Tabel 3.4	Indeks Koefisien Reliabilitas	35
Tabel 3.5	Jadwal Penelitian.....	40
Tabel 4.1	Kriteria Analisis Deskripsi.....	46
Tabel 4.2	Deskriptif Variabel Citra Merek	47
Tabel 4.3	Deskriptif Variabel Desain Produk.....	48
Tabel 4.4	Deskriptif Variabel Kualitas Produk.....	49
Tabel 4.5	Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	50
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Instrumen	51
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	53
Tabel 4.8	Hasil Uji Normalitas Variabel Keputusan Pembelian.....	55
Tabel 4.9	Hasil Uji Multikolinearitas.....	56
Tabel 4.10	Hasil Uji Heteroskedastisitas	56
Tabel 4.11	Hasil Persamaan Regresi.....	58
Tabel 4.12	Hasil Uji Koefisien Determinasi	60
Tabel 4.13	Hasil Pengujian Hipotesis Secara Parsial.....	61
Tabel 4.14	Hasil Pengujian Hipotesis Secara Simultan	62

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Sampel Slovin	32
Rumus 3.2 Persamaan Regresi Linier Berganda.....	37