

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

SKRIPSI



**Oleh:
Lutfan Givari Rulyandoko
210910112**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2025**

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

SKRIPSI

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



**Oleh:
Lutfan Givari Rulyandoko
210910112**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2025**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Lutfan Givari Rulyandoko

NPM : 210910112

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

“Pengaruh Citra Merek, Desain Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Ventela Di Kota Batam”

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 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, 17 Juli 2025



Lutfan Givari Rulyandoko

210910112

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

SKRIPSI

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

**Oleh:
Lutfan Givari Rulyandoko
210910112**

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

Batam, 17 Juli 2025



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

ABSTRAK

Studi ini dilaksanakan dengan tujuan untuk memahami secara lebih mendalam bagaimana persepsi terhadap citra merek, desain produk, dan kualitas produk berkontribusi dalam membentuk keputusan konsumen dalam membeli sepatu Ventela, khususnya di wilayah Kota Batam. Fokus penelitian diarahkan pada masyarakat Kecamatan Batu Aji yang telah memiliki pengalaman membeli serta menggunakan sepatu tersebut. Meski jumlah populasinya tidak diketahui secara pasti, peneliti tetap merumuskan jumlah responden berdasarkan formula Lemeshow dan menetapkan 100 orang sebagai sampel, yang dipilih melalui teknik purposive sampling, yakni pendekatan pemilihan responden berdasarkan kesesuaian dengan tujuan penelitian. Analisis data dilakukan menggunakan pendekatan regresi linier berganda yang terdiri dari serangkaian tahapan seperti uji kualitas data, pengujian asumsi klasik, serta analisis pengaruh dan pengujian hipotesis. Temuan utama menunjukkan bahwa variabel citra merek memberikan pengaruh sebesar 28,8% terhadap keputusan pembelian, sementara desain produk menyumbang pengaruh sebesar 32,5%, dan kualitas produk sebesar 23,3%. Lebih lanjut, uji determinasi menghasilkan nilai R^2 sebesar 57,2%, yang berarti ketiga variabel secara kolektif mampu menjelaskan sebagian besar variasi dalam proses pengambilan keputusan konsumen. Hasil uji t memperlihatkan bahwa masing-masing variabel memiliki pengaruh positif dan signifikan secara terpisah, sedangkan uji F mengonfirmasi bahwa ketiganya secara simultan juga menunjukkan pengaruh yang nyata dan berarti terhadap keputusan konsumen dalam membeli sepatu Ventela.

Kata kunci : Citra Merek, Desain Produk, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This research was undertaken to investigate the extent to which brand image, product design, and product quality influence consumer purchasing decisions for Ventela shoes in Batam City. The study focused on individuals residing in the Batu Aji District who had prior experience purchasing and using Ventela footwear. Although the total population size could not be precisely determined, the sample was calculated using the Lemeshow formula, resulting in a total of 100 respondents. The sampling method adopted was purposive sampling, selecting participants based on specific criteria related to the study's objectives. The data were analyzed using multiple linear regression analysis, which included several stages: testing data quality (validity and reliability), assessing classical assumptions, evaluating the influence of independent variables, and conducting hypothesis testing both individually and simultaneously. The results demonstrated that brand image contributed 28.8% to the purchasing decision, product design contributed 32.5%, and product quality contributed 23.3%. Moreover, the coefficient of determination (R^2) indicated that these three variables together accounted for 57.2% of the variation in purchasing decisions. The t-test findings showed that each of the independent variables exerted a statistically significant and positive influence on purchasing behavior when assessed individually. In parallel, the F-test confirmed that brand image, product design, and product quality collectively had a significant simultaneous effect on consumers' decisions to purchase Ventela shoes in the targeted region. These findings emphasize the strategic role of brand perception and product excellence in shaping buyer intent in competitive retail markets.

Keywords: Brand Image, Product Design, Product Quality, Purchasing Decision.

KATA PENGANTAR

Segala puji patut disandarkan hanya kepada Allah SWT, Tuhan semesta alam. Shalawat serta salam semoga senantiasa mengalir kepada Nabi Muhammad SAW, pembawa risalah kebenaran bagi umat manusia. Dengan izin dan kasih sayang-Nya, penulis dapat menuntaskan penyusunan laporan tugas akhir ini. Skripsi ini diajukan sebagai salah satu prasyarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen di Universitas Putera Batam. Adapun topik yang diangkat dalam penelitian ini bertajuk: "Pengaruh Citra Merek, Desain Produk, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Ventela di Kota Batam."

Penulis sepenuhnya menyadari bahwa laporan ini belum lepas dari kekurangan, baik dari segi penulisan maupun pemilihan bahasa. Maka dari itu, segala bentuk kritik dan masukan yang konstruktif akan diterima dengan tangan terbuka demi penyempurnaan di masa mendatang. Penulis juga menyadari bahwa pencapaian ini tidak akan mungkin terwujud tanpa adanya dukungan, bimbingan, serta semangat dari berbagai pihak yang terlibat, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan tulusnya hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
4. Ibu Nora Pitri Nainggolan, S.E., M.Si selaku pembimbing skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam
5. Ibu Hikmah, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing akademik pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
6. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah memberikan ilmu dan wawasannya kepada penulis melalui materi perkuliahan.

7. Keluarga penulis yang senantiasa mendukung penulis dalam segala hal yang penulis lakukan.
8. Siti Aisyah selaku tunangan penulis yang senantiasa mendukung penulis dalam segala hal yang penulis lakukan.
9. Teman – teman Spotan Uhuy yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan penelitian ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang senantiasa selalu membantu baik moral maupu materi, sehingga saya dapat melanjutkan penyusunan Penelitian ini hingga selesai pada akhirnya.

Semoga Tuhan membalas kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah membantu menyelesaikan penelitian ini dengan melimpahkan rahmat dan karuniannya. Semoga karya penelitian ini dapat memberikan manfaat dan kebaikan bagi banyak pihak.

Bataam, 17 Juli 2025



Lutfan Givari Rulyandoko



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR RUMUS	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	9
1.3. Batasan masalah	10
1.4. Rumusan masalah.....	10
1.5. Tujuan Penelitian.....	11
1.6. Manfaat Penelitian.....	11
1.6.1. Manfaat teoritis	11
1.6.2. Manfaat Praktis	12
BAB II TINJUAN PUSTAKA	14
2.1. Kajian Teori.....	14
2.1.1. Citra Merek	14
2.1.2. Desain Produk	19
2.1.3. Kualitas Produk	22
2.1.4. Keputusan pembelian	25
2.2. Penelitian terdahulu.....	29
2.3. Kerangka Pemikiran	35
2.3.1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	35
2.3.2. Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian	36
2.3.3. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	36

2.3.4. Pengaruh Citra Merek, Desain Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	37
2.4. Hipotesis.....	39
BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1. Jenis Penelitian	40
3.2. Sifat Penelitian	41
3.3. Lokasi Dan Periode Penelitian	41
3.3.1. Lokasi Penelitian	41
3.3.2. Periode Penelitian.....	41
3.4. Populasi Dan Sampel	42
3.4.1. Populasi	42
3.4.2. Teknik penentuan besar sampel	43
3.4.3. Teknik Sampling	44
3.5. Sumber Data	45
3.6. Metode Pengumpulan Data	46
3.7. Definisi Operasional Variabel	47
3.7.1. Variabel Independen.....	47
3.7.2. Variabel Dependen.....	47
3.8. Metode Analisis Data	49
3.8.1. Analisis Deskriptif.....	49
3.8.2. Uji Kualitas Data	50
3.8.3. Uji asumsi Klasik	52
3.8.4. Uji Pengaruh.....	55
3.9. Uji Hipotesis.....	56
3.9.1. Uji T	56
3.9.2. Uji F.....	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	59
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	59
4.1.1. Sejarah Objek Penelitian	59
4.1.2. Logo Objek Penelitian.....	59
4.2. Deskripsi Karakteristik Responden	60
4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60
4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	61
4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	61

4.2.4. Karakteristikk Responden Berdasarkan Penghasilan Bulanan.....	62
4.3. Deskripsi Jawaban Responden	63
4.3.1. Deskripsi Variabel Citra Merek (X1).....	63
4.3.2. Deskripsi Variabel Desain Produk (X2).....	65
4.3.3. Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X3)	66
4.3.4. Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	68
4.4. Analisis Data	70
4.4.1. Uji Kualitas Data.....	70
4.4.2. Uji Asumsi Klasik	73
4.4.3. Uji Pengaruh.....	77
4.5. Pengujian Hipotesis.....	79
4.5.1. Uji T	79
4.5.2. Uji F.....	81
4.6. Pembahasan.....	81
4.6.1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	81
4.6.2. Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian	82
4.6.3. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	83
4.6.4. Pengaruh Citra Merek, Desain Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	84
4.7. Implikasi Hasil Penelitian	84
4.7.1. Implikasi Teoritis	84
4.7.2. Implikasi Praktis.....	85
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	87
5.1. Simpulan.....	87
5.2. Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kritik Konsumen Terhadap Kualitas dan Kenyamanan Sepatu Ventela	6
Gambar 1.2 Kritik Desain Produk Sepatu Ventela Di Media Sosial.....	7
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	38
Gambar 4.1 Logo Ventela	59
Gambar 4.2 Diagram Histogram	74
Gambar 4.3 Diagram Normal P-Plot of Regression Standardized Residual	74

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Faktor Petimbangan Konsumen Dalam Membeli Sepatu	3
Tabel 1.2 komparasi brand index	4
Tabel 1.3 Peringkat Sepatu Lokal Terbaik	5
Tabel 2.1 Penelitian terdahulu	29
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian	41
Tabel 3.2 Skala Likert	46
Tabel 3.3 Operasional Variabel	47
Tabel 3.4 Rentang Skala	50
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	61
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	61
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	62
Tabel 4.5 Analisis Deskripsi Citra Merek (X1)	63
Tabel 4.6 Analisis Deskripsi Desain Produk (X2)	65
Tabel 4.7 Analisis Deskripsi Kualitas Produk (X3)	67
Tabel 4.8 Analisis Deskripsi Keputusan Pembelian (Y)	68
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Citra Merek (X1)	70
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Desain Produk (X2)	71
Tabel 4.11 Uji Validitas Kualitas Produk (X3)	71
Tabel 4.12 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	72
Tabel 4.13 Hasil Uji Rabilitas	73
Tabel 4.14 Hasil Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	75
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinieritas	76
Tabel 4.16 Hasil Uji Heteroskedastisitas	77
Tabel 4.17 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	77
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	79
Tabel 4.19 Hasil Uji T	80
Tabel 4.20 Hasil Uji F	81

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Rumus Lemeshow.....	43
Rumus 3.2 Rentang Skala	49
Rumus 3.3 Regresi Linier Berganda	55