

**PENGARUH CITRA MEREK, DESAIN PRODUK, DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU COMPASS PADA
“MARKETPLACE TOKOPEDIA”**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Penulisan Skripsi Guna Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M.) Pada Prodi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas usantara PGRI Kediri



Oleh :

RENDI

19.1.02.02.0258

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI**

2023

Skripsi oleh:

RENDI

NPM: 19.1.02.02.0258

Judul:

**PENGARUH CITRA MEREK, DESAIN PRODUK, DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU COMPASS PADA
"MARKETPLACE TOKOPEDIA"**

Telah Disetujui untuk diajukan Kepada
Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Nusantara PGRI Kediri

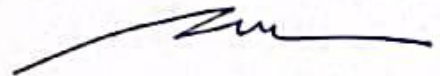
Tanggal: 22 Januari 2023

Pembimbing 1



Dr. Gesty Ernestivita, M.M.
NIDN.0720059101

Pembimbing 2



M. Zuhdi Sasongko, M.M.T.
NIDN. 0709097606

Skripsi oleh:

RENDI

NPM: 19.1.02.02.0258

Judul :

**PENGARUH CITRA MEREK, DESAIN PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU COMPASS PADA
"MARKETPLACE TOKOPEDIA"**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri

Pada tanggal : 20 Juli 2023

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji :

1. Ketua : Dr. Gesty Ernestivita, M. M
2. Penguji I : Ismayantika Dyah. P., M.B.A
3. Penguji II : M. Zuhdi Sasongko, M. MT.



Mengetahui,
Dekan FEB,
Dr. Subagyo, M.M.
KENIDN_0717066601



PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama : Rendi
Jenis Kelamin : Laki-laki
Tempat/tgl. Lahir : Nganjuk/24 Agustus 2000
NPM : 19.1.02.02.0258
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Nganjuk, 25 Juli 2023

Yang menyatakan,



RENDI

NPM. 19.1.02.02.0258

MOTTO

Manusia bisa mati kapan saja, jika tidak segera bergerak saat ada yang meminta tolong. Maka semuanya akan terlambat.

Aquamarine

ABSTRAK

Rendi: Pengaruh Citra Merek, Desain Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Compass, Skripsi, Manajemen, FEB UNP Kediri, 2023.

Kata kunci: Citra merek, desain produk, harga, keputusan pembelian, sepatu compass.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek, desain produk, dan harga terhadap keputusan pembelian sepatu Compass. Citra merek merupakan persepsi konsumen terhadap merek tertentu, sedangkan desain produk mengacu pada karakteristik fisik dan estetika sepatu Compass. Harga, di sisi lain, mencerminkan nilai yang harus dibayar konsumen untuk memperoleh sepatu Compass. Sampel penelitian terdiri dari konsumen yang berpotensi membeli sepatu Compass. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan teknik analisis regresi berganda untuk menguji hubungan antara variabel independen (citra merek, desain produk, dan harga) dan variabel dependen (keputusan pembelian).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek, desain produk, dan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu Compass. Citra merek yang positif dan kuat, desain produk yang menarik, serta harga yang wajar dan sesuai dengan nilai yang dirasakan konsumen dapat meningkatkan kecenderungan konsumen untuk membeli sepatu Compass.

Temuan ini memiliki implikasi penting bagi perusahaan sepatu Compass dalam mengembangkan strategi pemasaran mereka. Mereka perlu memperhatikan citra merek mereka, memastikan desain produk yang menarik, dan menetapkan harga yang sesuai agar dapat meningkatkan daya tarik dan kepercayaan konsumen terhadap produk mereka. Kesimpulannya, penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek, desain produk, dan harga memainkan peran penting dalam keputusan pembelian sepatu Compass. Pemahaman yang baik tentang faktor-faktor ini dapat membantu perusahaan dalam merumuskan strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan penjualan sepatu Compass.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Kami panjatkan kehadirat Allah Tuhan Yang Maha Kuasa, karena hanya atas perkenan-Nya tugas penyusunan proposal ini dapat diselesaikan. Penyusunan proposal ini merupakan bagian dari rencana penelitian guna penyusunan skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri

Pada kesempatan ini diucapkan terimakasih dan penghargaan yang setulus- tulusnya kepada:

1. Dr. Zainal Afandi, M.Pd., selaku Rektor UNP Kediri yang selalu memberikan dorongan motivasi kepada mahasiswa.
2. Dr. Subagyo, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
3. Ibu Restin Meilina, M.M. selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
4. Ibu Dr. Gesty Ernestivita, M.M dan Bapak M. Zuhdi Sasongko, M.MT selaku dosen pembimbing yang dengan tulus membimbing dan mengarahkan.
5. Ucapan terimakasih juga disampaikan kepada pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah banyak membantu menyelesaikan proposal ini.

Disadari bahwa proposal ini masih banyak kekurangan, maka diharapkan kritik dan saran-saran yang membangun, dari berbagai pihak sangat diharapkan.

Kediri,

RENDI

NPM: 19.1.02.02.0258

DAFTAR ISI

MOTTO	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Pembatasan Masalah	5
D. Rumusan Masalah	6
E. Tujuan Penelitian	6
F. Manfaat Penelitian	7
1. Manfaat Teoritis	7
2. Manfaat Praktis.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
A. Kajian Teori	8
1. Keputusan Pembelian	8
2. Citra Merek.....	12
3. Desain Produk	16
4. Harga	21
B. Kajian Penelitian Terdahulu.....	26
C. Kerangka Berpikir.....	28
1. Hubungan Citra Merek dengan Keputusan Pembelian	28
2. Hubungan Desain Produk dengan Keputusan Pembelian	28
3. Hubungan Harga dengan Keputusan Pembelian	29
D. Kerangka Konseptual	30
E. Hipotesis.....	32

BAB III METODE PENELITIAN.....	33
A. Variabel Penelitian	33
1. Identifikasi Variabel Penelitian	33
2. Definisi Operasional Variabel	33
B. Pendekatan dan Teknik Penelitian	36
1. Pendekatan Penelitian.....	36
2. Teknik Penelitian.....	36
C. Tempat dan Waktu Penelitian	36
1. Tempat Penelitian.....	36
2. Waktu Penelitian	36
D. Populasi dan Sampel	36
1. Populasi	36
2. Sampel.....	37
E. Instrumen penelitian.....	37
E. Validitas dan Reliabilitas Intrumen	41
1. Uji Validitas	41
2. Uji Reliabilitas.....	42
F. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	43
1. Sumber Data	43
2. Teknik Pengumpulan data	44
G. Teknik Analisis Data.....	45
1. Uji Asumsi Klasik	45
2. Analisis Linear Berganda	47
3. Pengujian Hipotesis	49
4. Koefisien Determinasi R^2	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52
A. Deskripsi Obyek Penelitian.....	52
1. Deskripsi Sepatu Compass	52
2. Produk-produk sepatu Compass	53
3. Karakteristik Responden	55
B. Deskripsi Data Variabel	57

1. Deskripsi Data Variabel Citra Merek (X1)	57
2. Deskripsi Data Variabel Desain Produk (X2)	60
3. Deskripsi Data Variabel Keputusan Pembelian (Y)	65
C. Analisis Data	68
1. Uji Asumsi Klasik	68
D. Analisis Linear Berganda	73
E. Koefisien Determinasi R^2	76
F. Hasil Uji Hipotesis	77
G. Hasil Uji-F (Uji simultan)	79
H. Pembahasan	81
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	86
A. Simpulan	86
B. Implikasi	86
C. Saran	87
DAFTAR PUSTAKA	89

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Harga Merek Sepatu Lokal	2
Tabel 2.1 Kajian Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 3.1 Skala Likert (Liker't Summated Ratings)	38
Tabel 3.2 Kisi-kisi pertanyaan kuisisioner	39
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas.....	41
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas	43
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	56
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
Tabel 4.3 Deskripsi Data Variabel Citra Merek (X1).....	58
Tabel 4.4 Deskripsi Data Variabel Desain Produk (X2).....	60
Tabel 4.5 Deskripsi Data Variabel Harga (X3).....	62
Tabel 4.6 Deskripsi Data Variabel Harga (X3).....	65
Tabel 4.7 Hasil Uji Autokorelasi	70
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas	71
Tabel 4.9 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	75
Tabel 4.10 Hasil Koefisien Determinasi	77
Tabel 4.11 Hasil Uji-t Parsial.....	78
Tabel 4.12 Hasil Uji-F Simultan	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	31
Gambar 4.1 Logo Sepatu Compass	53
Gambar 4.2 Compass Gazelle Low Black White.....	53
Gambar 4.3 Compass Jason Ranti.....	54
Gambar 4.4 Compass Velocitu Black	55
Gambar 4.5 Hasil Uji Normal Probability Plots	69
Gambar 4.6 Hasil Uji Heteroskedasitas Grafik Scatterplots	73

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kartu Bimbingan Skripsi	90
Lampiran 2 Instrumen Penelitian	91
Lampiran 3 Output SPSS	98

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia industri *fashion* di Indonesia semakin meningkat setiap tahunnya. Berbagai tren baru selalu muncul dan semakin menarik. Membuat banyak orang untuk selalu tampil *up to date* dan kekinian, salah satunya yaitu pemakaian sepatu lokal *brand*. Meski industri dunia sepatu sudah ada sejak dulu, namun inovasi inovasi yang dilakukan industri sepatu lokal membuat sepatu yang beragam jenis, sehingga membuat penggemar sepatu semakin bertambah. Di Indonesia sendiri banyak sekali merek-merek sepatu baru bermunculan. Untuk dapat menarik para customer para produsen sepatu lokal pun berlomba-lomba memunculkan berbagai desain sepatu baru dengan model yang menarik dan kekinian. Tak jarang industri sepatu lokal sekarang dapat bersaing dengan merek sepatu luar negeri.

Penambahan jumlah pembelian merek sepatu lokal ini bisa dilirik dari bertambahnya jumlah penjual merek sepatu lokal yang bekerja sama dengan para perusahaan sepatu *local brand* itu sendiri. Banyak penjual merek sepatu lokal yang tersebar di seluruh Indonesia, itu menandakan meningkatnya pemakaian sepatu lokal merek. Agar menarik banyak pembeli, tak jarang para pemilik *outlet* sepatu lokal merek melakukan diskon besar besaran dan melakukan penjualan secara *online*. Meningkatnya penggunaan merek sepatu lokal di kalangan remaja itu ada beberapa alasan. Ada yang beralasan mengikuti *trend* saja, dan ada juga yang memakai

merek sepatu lokal karena ingin memajukan ekonomi lokal biar tambah maju. Beragam model alasan itulah tak menghalangi para remaja untuk tetap mendukung keputusan pembelian terhadap merek sepatu lokal.

Dalam menentukan keputusan pembelian terdapat beberapa macam tahap (Tjiptono, 2018) tahap prapembelian, konsumsi, dan evaluasi pembeli. Proses prambelian terjadi diseluruh aktivitas sebelum terdapatnya transaksi pembelian dan proses memilih produk. Tahap selanjutnya yaitu konsumsi produk atau pemakain produk. Dan evaluasi produk yaitu suatu proses menentukan dimana konsumen benar atau salah dalam memilih produk tersebut. Penelitian ini di lakukan di toko *online* sepatu lokal ternama dalam *marketplace* Tokopedia :

Tabel 1.1
Perbandingan Harga Merek Sepatu Lokal

No.	Merek Sepatu	Type	Harga	Terjual / 9 januari
1	Compas	Compass Gazelle Low Black White	Rp. 408.000.00	21000
		Compass Jason Ranty	Rp.658.000.00	808
2	Ventela	Ventela Public High Black Natural	Rp.235.800.00	71
		Ventela x Evil x Gading Martin	Rp.389.800.00	750
3	Patrobas	Patrobas Ivan All Black	Rp.259.900.00	750
		Patrobas Cloud Black White	Rp.299.900.00	250

Sumber : Data Terjual di *Tokopedia* (2023)

Berdasarkan tabel di atas, kita dapat mengetahui bahwa ada dua jenis barang yang dijual oleh sepatu Compass, yaitu *best seller* dan berkolaborasi. Sepatu yang *best seller* terjual cukup banyak dan yang berkolaborasi terjual *limited* atau terbatas yaitu 808 buah. Sedangkan produk pesaing seperti Ventela juga berkolaborasi tetapi selaris sepatu Compass. Sedangkan sepatu Patrobas belum melakukan kolaborasi.

Untuk perusahaan sepatu merek Compass dalam menjaga citra merek ialah dengan cara melakukan kolaborasi seperti dengan musisi Jason Ranti, dengan menjual terbatas agar *image* sepatu Compass tetap terjaga Menurut (Tjiptono, 2018) mempertahankan citra merek sangat penting yaitu dengan bagusnya citra merek maka semakin tinggi pula minat konsumen dalam membeli produk-produk tersebut. Selain menjaga citra merek dalam meningkatkan keputusan pembelian perlu juga memperhatikan faktor yang lainya yaitu desain produk.

Desain produk merupakan aspek yang sangat penting bagi peningkatan tingkat keputusan pembelian. Produsen harus selalu melakukan inovasi dalam segi desain produk agar konsumen tidak bosan dengan desain produk yang itu-itu aja. Dengan melakukan kolaborasi dengan merek merek lainya atau dengan artis atau band bisa menjadi ide dalam inovasi desain produk. Berkolaborasi dengan musisi Jason Ranti. Menurut (Tjiptono, 2018) Tujuan desain produk yaitu strategi produk agar bisa bersaing menghadapi para kompetitor produk sepatu merek lokal lainnya. Selain desain produk dalam

pengambilan keputusan pembelian ada juga aspek yang sangat berkontribusi lainnya yaitu dalam menentukan harga suatu produk.

Harga merupakan elemen yang sangat vital karena pada dasarnya masyarakat cukup menyukai harga yang cukup murah dalam menentukan keputusan pembelian suatu barang. Namun hal ini terbukti tidak berlaku pada penjualan sepatu Compass. Hal ini dapat dilihat dari data penjualan. Walaupun produk banyak, maupun kualitas produk bagus, belum tentu konsumen mampu membeli jika harganya sangat amat mahal. Di produk sepatu merek Compass cenderung lebih tinggi dibandingkan para kompetitor lainnya harga berkisaran Rp. 400.000.00-578.000.00. harga tersebut tergantung tipe dan kolaborasi dengan artis atau *brand* lokal lainnya barang jika kolaborasi akan diproduksi dengan jumlah terbatas.

Menurut Supriyatna (2020), yang berjudul analisis pengaruh harga, desain produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian (studi pada produk yamaha mio di Kota Cilegon), terdapat pengaruh negatif signifikan harga terhadap keputusan pembelian pada produk Yamaha mio dan terdapat pengaruh positif signifikan desain produk terhadap keputusan pembelian pada produk Yamaha mio. Menurut (Lestari dan Ekowati, 2020), yang berjudul pengaruh citra merek, desain produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat, hasil penelitian tersebut citra merek, desain produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Beat.

Berdasarkan dari hasil penjelasan latar belakang penelitian tersebut penulis menemukan bahwa terdapat pengaruh yang terjadi antara Kualitas Produk, Desain Produk, Persepsi Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Maka penulis memiliki ketertarikan untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Desain Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Sepatu Compass”.

B. Identifikasi Masalah

Dari beberapa uraian yang di kembangkan di latar belakang maka dapat diidentifikasi masalah-masalah sebagai berikut :

1. Citra merek sepatu Compass hanya diketahui kalangan tertentu yaitu kalangan remaja.
2. Desain produk sepatu Compass hanya sepatu kasual, kurang mencakup segmen pasar.
3. Harga sepatu Compass cenderung lebih tinggi sehingga kurang menyesuaikan anggaran target konsumen.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah di uraikan, maka masalah dalam penelitian perlu di batasi sebagai berikut:

- A. Penelitian ini hanya dilakukan oleh pembeli sepatu Compass yang ada di Tokopedia.

- B. Penelitian ini hanya menguji citra merek, desain produk, dan harga terhadap keputusan pembelian terhadap produk sepatu Compass pada tahun 2023.

D. Rumusan Masalah

1. Apakah citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu Compass?
2. Apakah desain produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu Compass?
3. Apa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu Compass?
4. Apakah Citra Merek, Desain Produk, dan Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu Compass?.

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh signifikan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen pada sepatu Compass.
2. Untuk menganalisis pengaruh signifikan desain produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada sepatu Compass.
3. Untuk menganalisis pengaruh signifikan harga terhadap minat keputusan pada konsumen sepatu Compass.
4. Untuk menganalisis pengaruh signifikan citra merek, desain produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen sepatu Compass.

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini mempunyai beberapa manfaat baik bagi penulis maupun pihak-pihak yang terkait, adapun manfaat yang dapat diambil sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat terhadap ilmu wawasan bagi pembaca terhadap peneliti maupun pembaca.
- b. Dapat dijadikan sumber referensi kepada peneliti berikutnya yang sejenis guna mengembangkan penelitian tentang manajemen khususnya di bidang pemasaran.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengalaman dan menambah wawasan tentang analisis pengaruh citra merek, desain produk, dan harga terhadap keputusan pembelian.
- b. Penelitian ini diharapkan menjadi bahan masukan yang berguna untuk meningkatkan keputusan pembelian bagi produk sepatu Compass.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan program ibm spss* (8th ed.). badan penerbit-undip.
- Hasan. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta CAPS.
<http://www.tokopedia.com>. (n.d.).
- Keller, & Kotler. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, & Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Lestari, & Ekowati. (2020). Pengaruh Citra Merek, Desain Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Beat. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis, 1*, (hlm.137-145).
- Mukarromah, & Rofiah. (2019). Pengaruh Citra Merek, Desain Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Bata. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis Dewantara, 2*(1), (hlm.27-36).
- Octhaviani, & Jonatan. (2021). Pembelian Produk Minuman Kopi Pada Pengguna. *Economic, Accounting, Management and Business, 4*(3), (hlm.521-528).
- Sangaji, & Shopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Andy Yogyakarta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Supriyatna. (2020). Analisis Pengaruh Harga, Desain Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Produk Yamaha Mio Di Kota Cilegon). *Jurnal Sains Manajemen, 6*(1), (hlm.36-50). <https://ejurnal.lppmunsera.org/index.php/SM/article/view/2097>
- Tjiptono. (2018). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Andy Yogyakarta.
- Wirayanthi, & Santoso. (2019). Pengaruh Harga, Citra Merek dan Kualitas terhadap minat beli Produk Privat Label. *Riset Manajemen & Bisnis Dewantara, 2*(1), (hlm.87-96).