

**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPATU VANS**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh:

GALANG GUNANTO

B100150200

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2019**

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi ini dengan judul:

ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU VANS

OLEH
GALANG GUNANTO
B 100 150 200

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 02 Agustus 2019

Pembimbing



(Dra.Chuzaimah, M.M.)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi



(Dr. Yamsudin, M.M.)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartasura Telp (0271) 717417 Surakarta - 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : GALANG GUNANTO
NIM : B 100 150 200
Jurusan : MANAJEMEN
Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPATU VANS**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 2 Agustus 2019

Yang membuat pernyataan,

(GALANG GUNANTO)

MOTTO

*“Jangan takut untuk melangkah kedepan, namun takutlah jika tidak ada kemajuan ”
(Galang Gunanto)*

*“Sesungguhnya jika kamu bersyukur, pasti Kami akan menambah (nikmat) kepadamu, namun jika kamu mengingkari (nikmat-Ku), maka sesungguhnya azab-Ku sangatlah pedih.”
(QS. Ibrahim: 7)*

PERSEMBAHAN

Sebagai wujud rasa syukur kepada Allah SWT yang selalu melimpahkan rahmat_Nya dan selalu memberikan kemudahan dalam mengerjakan penelitian ini, akan kupersembahkan karya sederhana ini dengan tulus kepada:

- ❖ Kedua orang tuaku, Bapak Subardi dan Ibu Tugini yang telah membesarkanku dengan sepenuh hati, dan membimbingku dengan penuh kasih sayang, yang selalu memberikan doa restu untuk kesuksesanku serta selalu memberikan dukungan yang tak akan bisa ku balas semuanya.
- ❖ Adikku Dini Ayu Nurjanah tersayang yang telah mendukungku dan memberikan motivasi untuk menyelesaikan penelitian ini.
- ❖ Sahabat dan teman-temanku yang selalu menemaniku dan mendukungku selama ini.
- ❖ Almameterku Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UMS

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Populasi penelitian ini adalah pengguna sepatu Vans di kalangan mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Surakarta. Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan jenis *Purposive sampling* yang merupakan teknik penarikan sampel berdasarkan kriteria tertentu pada responden. Berdasarkan metode dan teknik penarikan sampel diperoleh sebanyak 100 responden yang sesuai dengan kriteria. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linier berganda, uji ketepatan parameter penduga (uji t), uji ketepatan model (uji F) dan determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study discusses to analyze the effect of image and product quality on purchasing decisions. The population of this study was Vans shoe users among FEB students of Muhammadiyah University of Surakarta. The sampling technique used in this study is non probability sampling with a type of Purposive sampling which is a sampling technique based on certain criteria on the respondents. Based on the methods and techniques taken the sample obtained as many as 100 respondents who fit the criteria. The data collection method used is a questionnaire. Data analysis techniques in this study are validity test, reliability test, multiple linear regression test, accuracy test of estimator parameters (t test), accuracy test model (F test) and determination (R²). The results showed the product image and product quality towards purchasing decisions in FEB students of Muhammadiyah University of Surakarta.

Keywords: Brand Image, Product Quality and Purchasing Decision.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan memanjatkan puji syukur Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmad dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU VANS”**.

Skripsi ini disusun dengan maksud untuk memenuhi salah satu syarat dalam rangka menyelesaikan program pendidikan strata 1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Skripsi ini tidak tersusun tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak dalam bentuk moril maupun materil. Untuk itu penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih dan rasa hormat kepada:

1. Bapak Dr. Syamsudin, MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Imronudin, S.E, M.si P.hD., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Ibu Dra. Chuzaimah, M.M., selaku dosen pembimbing skripsi yang dengan bijaksana telah memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
4. Bapak Dr. Edy Purwo Saputro, S.E., M.Si., selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan dan saran selama Penulis menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
5. Seluruh Bapak dan Ibu dosen beserta staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah membimbing, mengarahkan dan membantu penulis menuntut ilmu di Universitas Muhammadiyah Surakarta.

6. Kedua orang tua (Bapak Subardi & Ibu Tugini), terima kasih atas doa, nasihat, perhatian, semangat, serta kasih sayang yang besar dan tanpa batas waktu.
7. Adikku (Dini Ayu Nurjanah) yang telah memberikan dukungan serta sebagai sumber semangat.
8. Terima kasih untuk Ervina Anggraini Putri yang sudah memberiku semangat dan arahan sehingga karya ini dapat selesai dengan baik.
9. Buat sahabat-sahabat Kelas E terimakasih atas persahabatan dan dukungannya yang saling mendo'akan dan menguatkan.
10. Semua pihak yang membantu sehingga terciptanya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna dan terdapat beberapa kekurangan. Oleh karena itu penulis berharap adanya masukan, kritik maupun saran yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini juga bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak yang membutuhkan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, 02 Agustus 2019

Penulis

Galang Gunanto

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	5
E. Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Landasan Teori	8
1. Citra Merek.....	8
2. Kualitas Produk	10
3. Keputusan Pembelian	14
B. Penelitian Terdahulu	17
C. Kerangka Berfikir	18
D. Hipotesis	20
BAB III METODE PENELITIAN	22
B. Metode Pengumpulan Data.....	22
C. Jenis dan Sumber Data	23

D. Populasi dan Sampel.....	24
E. Operasional Variabel	25
F. Skala Pengukuran	27
G. Uji Instrumen Penelitian	27
H. Metode Analisa Data	28
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	32
A. Gambaran Umum Sepatu VANS	32
B. Deskripsi Responden	33
1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	34
2. Karakteristik Berdasarkan Umur.....	34
C. Uji Instrumen Penelitian	35
1. Uji Validitas	35
2. Uji Reliabilitas.....	36
D. Metode Analisis Data.....	37
1. Uji Asumsi Klasik	37
2. Analisis Regresi Linier Berganda.....	39
3. Uji t (parsial)	41
4. Uji F.....	42
5. Uji Koefisien Determinasi (R ²)	42
E. Pembahasan	43
1. Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian	43
2. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian.	44
3. Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian secara simultan.	44
BAB V PENUTUP.....	46
A. Kesimpulan	46
B. Keterbatasan Penelitian.....	47
C. Saran	47

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	34
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	34
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek	35
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	35
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	36
Tabel 4.6	Hasil Uji Reliabilitas	37
Tabel 4.7	Hasil Uji Normalitas	37
Tabel 4.8	Hasil Uji Multikolinearitas	38
Tabel 4.9	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	39
Tabel 4.10	Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	39
Tabel 4.11	Hasil Uji t.....	41
Tabel 4.12	Hasil Uji F.....	42
Tabel 4.13	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model tingkat proses pembelian konsumen.....	16
Gambar 2.2 Model Penelitian	20

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuisoner Penelitian
Lampiran 2	Data Penelitian
Lampiran 3	Rekap Data
Lampiran 4	Karakteristik Responden
Lampiran 5	Hasil Uji Validitas
Lampiran 6	Hasil Uji Reabilitas
Lampiran 7	Hasil Asumsi Klasik
Lampiran 8	Hasil Analisis Regresi Berganda dan Uji T
Lampiran 9	Hasil Uji F dan Koefisien Determinasi (R ²)
Lampiran 10	Tabel R Product Moment
Lampiran 11	Tabel Distribusi f
Lampiran 12	Tabel Distribusi t