



**ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SEPATU  
VENTELA DI DEPOK**

**SKRIPSI**

**MARULI JANVITER SIANTURI – 2110111093**

**PROGRAM SARJANA MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA  
2024**



**ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SEPATU  
VENTELA DI DEPOK**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Manajemen**

**DISUSUN OLEH:**

**MARULI JANVITER SIANTURI – 2110111093**

**PROGRAM SARJANA**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA**

**2024**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

### PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Maruli Janviter Sianturi

NIM : 2110111093

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 3 Oktober 2024

Yang menyatakan,



Maruli Janviter Sianturi

## PERSETUJUAN PUBLIKASI

### PENYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Maruli Janviter Sianturi  
NIM : 2110111093  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : SI Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

#### *Analisis Keputusan Pembelian Pada Sepatu Ventela di Depok*

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada tanggal : 06 Desember 2024

Yang menyatakan,



(Maruli Janviter Sianturi)

# PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

## ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SEPATU VENTELA DI DEPOK


*Dipersiapkan dan disusun oleh:*

MARULI JANVITER SIANTURI 2110111093

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 30 Desember 2024  
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Lina Aryani, SE, MM  
Ketua Penguji




Dienu-Ruhjati Sholihah, SE, MM  
Penguji I



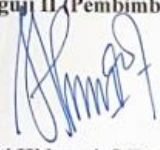
Dr. Jubaedah, SE., MM  
Dekan

Disahkan di : Jakarta

Pada Tanggal : 30 Desember 2024



Drs. Nobelson, MM, CPM  
Penguji II (Pembimbing)



Siti Hidayati, S.E., M.M  
Koordinator Program Studi

## *Analysis Of Purchasing Decisions On Ventela Shoes In Depok*

### **ABSTRACT**

This research is entitled ‘Analysis of Purchasing Decisions on Ventela Shoes in Depok’. The purpose of this study is to identify, analyse, and empirically test the significant effect of price, product quality, electronic word of mouth (E-WOM), and social media marketing on purchasing decisions for Ventela shoes. This study uses data taken from the population in the Depok area, with a sample of 100 respondents selected through distributing questionnaires online using the Google Form platform. The sample collection technique applied in this study is a non-probability sampling method with a purposive sampling approach. Data processing was carried out using quantitative descriptive analysis, which was further analysed using SmartPLS 4.0 software. The results of the analysis show that the variables of price, product quality, and electronic word of mouth (E-WOM) have a significant influence on the decision to purchase Ventela shoes, while the social media marketing variable has no influence on the decision to purchase Ventela shoes.

**Keywords:** *purchase decision, price, product quality, e-wom, social media marketing.*

## **Analisis Keputusan Pembelian Pada Sepatu Ventela di Depok**

### **ABSTRAK**

Penelitian ini berjudul “Analisis Keputusan Pembelian Pada Sepatu Ventela di Depok”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan menguji secara empiris pengaruh signifikan dari harga, kualitas produk, *electronic word of mouth* (E-WOM), dan *social media marketing* terhadap keputusan pembelian sepatu Ventela. Penelitian ini menggunakan data yang diambil dari populasi yang berada di wilayah Depok, dengan sampel sebanyak 100 responden yang dipilih melalui penyebaran kuesioner secara online menggunakan platform Google Form. Teknik pengumpulan sampel yang diterapkan dalam penelitian ini adalah metode *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan analisis deskriptif kuantitatif, yang selanjutnya dianalisis menggunakan *software* SmartPLS 4.0. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel harga, kualitas produk, dan *electronic word of mouth* (E-WOM) memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu Ventela, sedangkan pada variabel *social media marketing* tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu Ventela.

**Kata kunci:** keputusan pembelian, harga, kualitas produk, e-wom, social media marketing.

# BERITA ACARA UJIAN



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

## FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856  
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : [puskom@upnvj.ac.id](mailto:puskom@upnvj.ac.id)

### BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GANJIL TA. 2024/2025

Hari ini Senin , tanggal 30 Desember 2024, telah dilaksanakan **Ujian Skripsi** bagi mahasiswa :

Nama : Maruli Janviter Sianturi

No.Pokok Mahasiswa : 2110111093

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

**Analisis Keputusan Pembelian Pada Sepatu Ventela Di Depok**

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus \**)

#### Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Lina Aryani, SE, MM	Ketua	1. ....
2	Dienni Ruhjatini Sholihah, S.E., M.M.	Anggota I	2. ....
3	Drs. Nobelson, MM	Anggota II **)	3. ....

#### Keterangan :

\*) Coret yang tidak perlu

\*\*) Dosen Pembimbing

Jakarta, 30 Desember 2024

Mengesahkan

A.n. DEKAN

Kaprod. Manajemen S.1

Siti Hidayat, SE, MM.



## PAKATA

Puji dan syukur saya panjatkan kepada kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, rahmat, dan karunia-Nya saya dapat menyelesaikan Penelitian dan penyusunan draft skripsi “**Analisis Keputusan Pembelian Pada Sepatu Ventela di Depok**”. Laporan ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dan bentuk dari pertanggungjawaban penulis dalam rangka mempersiapkan rancangan skripsi. Tidak lupa saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa atas segala bantuan kemudahan dan kelancaran yang diberikan selama program magang sampai penyusunan laporan sehingga dapat terlaksana dengan lancar dan waktu yang tepat.
2. Dr. Jubaedah, SE., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan izin penulisan penelitian.
3. Siti Hidayati, SE., MM. selaku Kepala Program Studi Manajemen Program Sarjana yang telah memberikan arahan selama proses penyusunan penelitian.
4. Drs. Nobelson, MM selaku dosen pembimbing yang telah memberikan ilmu dan arahan selama proses penyusunan penelitian.
5. Ibu Lina Aryani, SE, MM selaku ketua penguji yang telah memberikan saran dan kritik sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.
6. Ibu Dienni Ruhjatini Sholihah, SE, MM Selaku Penguji 1 yang telah memberikan saran dan kritik sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.
7. Suharyati, SE.MM. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan mengenai proses akademik.
8. Keluarga dan Teman-Teman saya yang turut mendukung saya untuk menyelesaikan laporan penelitian ini.

Saya berharap laporan penelitian ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan saya menyadari bahwa terdapat kesalahan dalam penulisan proposal ini. Oleh karena itu, diharapkan dengan adanya kritik dan saran yang dapat membangun dalam proses penyempurnaan laporan penelitian yang saya buat.

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iii
PERSETUJUAN PUBLIKASI .....	iv
PENGESAHAN .....	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK .....	vii
BERITA ACARA UJIAN.....	viii
PAKATA.....	ix
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	11
2.1 Landasan Teori .....	11
2.1.1 Pemasaran .....	11
2.1.2 Perilaku Konsumen .....	12
2.1.3 Digital Marketing.....	13
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	14
2.1.5 Harga .....	16
2.1.6 Kualitas Produk.....	18
2.1.7 <i>Electronic Word of Mouth (E-WOM)</i> .....	19
2.1.8 <i>Social Media Marketing (SMM)</i> .....	20
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	22

2.3	Model Penelitian.....	32
2.4	Hipotesis.....	34
BAB III METODE PENELITIAN.....		35
3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	35
3.1.1	Definisi operasional .....	35
3.2	Populasi dan Sampel .....	36
3.2.1	Populasi.....	36
3.2.2	Sampel.....	37
3.3	Teknik Pengumpulan Data .....	38
3.3.1	Jenis data .....	38
3.3.2	Sumber data.....	38
3.3.3	Pengumpulan data .....	38
3.4	Teknik Analisi Data .....	40
3.4.1	Teknik Analisis Deskriptif.....	40
3.4.2	Teknik Analisis Inferensial.....	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		51
4.1	Deskripsi Objek Penelitian .....	51
4.2	Deskripsi Data Penelitian .....	52
4.2.1	Deskripsi Data Responden .....	52
4.3	Uji Hipotesis dan Analisis .....	55
4.3.1	Analisis Deskriptif .....	55
4.3.2	Analisis inferensial.....	61
4.3.3	Uji hipotesis .....	69
4.4	Pembahasan .....	71
4.4.1	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	72
4.4.2	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	72
4.4.3	Pengaruh E-WOM Terhadap Keputusan Pembelian .....	73
4.4.4	Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	74
BAB V KESIMPULAN .....		76
5.1	Simpulan.....	76
5.2	Keterbatasan Penelitian .....	77
5.3	Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA .....		79
DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....		84

LAMPIRAN.....	85
---------------	----

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Harga Sepatu Merek Lokal.....	3
Tabel 1.2 Sneakers Yang Dimiliki Masyarakat Indonesia Tahun 2023 .....	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	29
Tabel 3.1 Variabel Penelitian.....	36
Tabel 3.2 Skala Likert .....	39
Tabel 3.3 Kisi-Kisi Instrument Penelitian.....	40
Tabel 3.4 Nilai Persentase Responden .....	42
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	52
Tabel 4. 2 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	53
Tabel 4. 3 Karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan .....	53
Tabel 4. 4 Karakteristik responden berdasarkan domisili kecamatan .....	54
Tabel 4. 5 Analisa Indeks Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian .....	55
Tabel 4. 6 Analisis Indeks Tanggapan Responden Terhadap Harga.....	56
Tabel 4. 7 Analisis Indeks Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk .....	57
Tabel 4. 8 Analisis Indeks Tanggapan Responden Terhadap E-WOM .....	59
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden Terhadap Social Media Marketing .....	60
Tabel 4. 10 Loading Factor .....	62
Tabel 4. 11 AVE.....	64
Tabel 4. 12 <i>Cross Loading</i> .....	65
Tabel 4. 13 AVE .....	66
Tabel 4. 14 <i>Cross Loading</i> .....	67
Tabel 4. 15 R-square .....	69
Tabel 4. 16 Q- square .....	69
Tabel 4. 17 Uji t.....	70

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Ekspor Alas Kaki Indonesia pada 2013-2023.....	2
Gambar 1. 2 Ulasan Terhadap Produk Ventela .....	4
Gambar 1. 3 Data Google Trends Sepatu Lokal Tahun 2020-2024 .....	7
Gambar 2. 1 Model Penelitian .....	34
Gambar 3. 1 Tahapan SmartPLS .....	43
Gambar 3. 2 Inner Model .....	44
Gambar 3. 3 Outer Model .....	45
Gambar 3. 4 Konstruksi Diagram Jalur.....	46
Gambar 4. 1 Logo Ventela .....	51
Gambar 4. 2 Outer Model .....	62
Gambar 4. 3 Inner Model .....	68

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	85
Lampiran 2 Data Kuesioner .....	94
Lampiran 3 Hasil Deskripsi Data Responden .....	107
Lampiran 4 Hasil Data Penelitian .....	108
Lampiran 5 Ulasan Positif Konsumen .....	115
Lampiran 6 Unggahan Sosial Media Ventela .....	116
Lampiran 7 Hasil Turnitin.....	117