



**PENGARUH CITRA MEREK DAN DESAIN PRODUK
TERHADAP MINAT BELI SEPATU FUTSAL SPECS
DI KELAPA DUA DEPOK**

SKRIPSI

SATRIA PRADANA

1310111135

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA**

2017



**PENGARUH CITRA MEREK DAN DESAIN PRODUK
TERHADAP MINAT BELI SEPATU FUTSAL SPECS
DI KELAPA DUA DEPOK**

SKRIPSI

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

SATRIA PRADANA

1310111135

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2017**

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Satria Pradana

NIM : 1310111135

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

Jakarta, 06 Juli 2017

Yang Menyatakan



Satria Pradana

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Satria Pradana
NIM. : 1310111135
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen S1
Jenis Karya : Skripsi

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

Pengaruh Citra Merek Dan Desain Produk Terhadap Minat Beli Sepatu Futsal Specs Di Kelapa Dua 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 Juli 2017

Yang Menyatakan,



Satria Pradana

PENGESAHAN

PENGARUH CITRA MEREK DAN DESAIN PRODUK TERHADAP MINAT BELI SEPATU FUTSAL SPECS DI KELAPA DUA DEPOK

Dipersiapkan dan disusun oleh:

SATRIA PRADANA
1310111135

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
pada tanggal : 06 Juli 2017
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Suharyati, S.E., M.M.
Ketua Penguji



Yuliniar, S.E., M.M.
Penguji I (Pembimbing I)



Jenji Gunaedi Argo, S.E., M.M.
Penguji II (Pembimbing II)



Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M., CFMP.
Dekan



Wahyudi, S.E., M.M.
Ketua Program Studi

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 06 Juli 2017



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

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI
SEMESTER GENAP TA. 2016/2017**

Hari ini Kamis, tanggal 06 Juli 2017, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : SATRIA PRADANA

No.Pokok Mahasiswa : 131011135

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

**PENGARUH CITRA MEREK DAN DESAIN PRODUK TERHADAP MINAT BELI SEPATU FUTSAL
SPECS DI KELAPA DUA DEPOK**

Dinyatakan yang bersangkutan (Lulus / ~~Yg tidak lulus~~ *)

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Suharyati, S.E., M.M	Ketua	1.
2	Yuliniar, SE, MM	Anggota I	2.
3	Jenji Gunaedi Argo, SF, MM	Anggota II (**)	3.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

***) Dosen Pembimbing



Pengaruh Citra Merek Dan Desain Produk Terhadap Minat Beli Sepatu Futsal Specs Di Kelapa Dua Depok

Oleh

Satria Pradana

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, dan desain produk terhadap minat beli. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah para pengunjung lapangan futsa golden stick dan arena. Ukuran sampel yang diambil sebanyak 60 responden. Teknik penentuan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik analisa yang digunakan adalah *Partial Least Square*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) citra merek berpengaruh signifikan terhadap minat beli dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,587. (2) desain produk tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli dengan koefisien jalur sebesar 0,312.

Kata kunci : Citra Merek, Desain Produk, dan Minat Beli

***The Influence of Brand image, and Product Design to Purchase
Intension on Kelapa Dua Depok***

By

Satria Pradana

Abstract

This research is a quantitative research that aims to determine the influence of brand image and product design on Purchase Intention. Population in this research is futsal field visitors on kelapa dua Depok. The sample size was taken as many as 60 respondents. The technique of determining of sampling used purposive sampling. Analytical technique used is Partial Least Square (PLS). the result of this study indicate that (1) brand image has significant influence of purchase intention with coefficient value of 0,587. (2) product design have no significant influence on purchase intention with coefficient value of 0,312.

Keywords : Brand image, Product Design, and Purchase Intention.

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW atas segala karunia dan rahmat serta hidayah-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil dijalankan. Judul yang dipilih dalam skripsi ini adalah “Pengaruh Citra Merek dan Desain Produk Terhadap Minat Beli Sepatu Futsal Specs di Kelapa Dua Depok”. Terima kasih penulis ucapkan kepada Bapak Dr. Prasetyo Hadi, S.E.,M.M., CFNP. selaku Dekan FEB Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta serta Ibu Yuliniar, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing I dan Bapak Jenji Gunaedi Argo, S.E., M.M. dosen pembimbing II yang telah banyak memberikan kesempatan, arahan dan saran yang sangat bermanfaat bagi penulis.

Disamping itu, ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Bapak Nanang Abas dan Ibu Ati Nurhayati selaku kedua orang tua tercinta, Nana Nur Aprian selaku kakak tercinta, dan adik tercinta Rizki Amalia Januarti yang tidak henti-hentinya memberikan penulis semangat dan doa dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Terima kasih penulis ucapkan kepada kekasih tercinta, yaitu Diah Firdawati itu yang selalu membantu penulis disaat penulis membutuhkan bantuan serta selalu mengingatkan agar penelitian ini cepat diselesaikan.

Penulis juga sampaikan kepada sahabat-sahabat terdekat yang telah berjasa dalam penelitian ini yaitu Irene Dwita Putri, Fiani Sekartini, Gatria Sabbathina, Ika Puji Astuti, Wigati Julianti Pratiwi, Ramanda, Primastoro Harsastyo Putro, Erico Dwi Dharmawan, Handi Indra Purnama, Nur Muharom, Fachri Fajrian, Sesi Saraswati, Talitha Ainiyyah, Dian Kartika Sari, Suci Dwi Chintia, Keluarga Besar Local D, serta teman-teman seperjuangan Manajemen S1 2013 yang penulis tidak bisa sebutkan satu persatu tanpa mengurangi rasa hormat yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Jakarta, 06 Juli 2017

Satria Pradana

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
PENGESAHAN	v
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Rumusan Masalah	4
I.3 Tujuan Penelitian.....	4
I.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
II.1 Penelitian Sebelumnya	6
II.2.1 Landasan Teori	9
II.2.2 Minat Beli.....	9
II.2.2.1 Definisi Minat Beli	9
II.2.2.2 Indikator Minat Beli	11
II.2.3 Merek	12
II.2.3.1 Definisi Merek.....	12
II.2.3.2 Manfaat Merek	12
II.2.4 Citra Merek	13
II.2.4.1 Definisi Citra Merek.....	13
II.2.4.2 Manfaat Citra Merek	14
II.2.5 Produk	14
II.2.5.1 Pengertian Produk	14
II.2.5.2 Tujuan Produk	15
II.2.5.3 Bentuk Produk.....	15
II.2.5.4 Pengembangan Produk	16
II.2.6 Desain Produk	17
II.2.6.1 Definisi Desain Produk	17
II.2.6.2 Strategi Desain Produk.....	17
II.2.6.3. Tujuan Desain Produk	17
II.2.6.4 Tahap – Tahap Desain Produk	17
II.3. Kerangka Pemikiran	18
II.4 Pengembangan Hipotesis	18
II.4.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli	19

II.4.2	Pengaruh Desain Produk Terhadap Minat Beli.....	19
BAB III	METODE PENELITIAN	20
III.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	20
III.1.1	Definisi Operasional.....	20
III.1.2	Pengukuran Variabel	21
III.2	Metode Penentuan Populasi dan Sampel	21
III.2.1	Populasi	21
III.2.2	Sampel.....	21
III.3	Teknik Pengumpulan Data	22
III.3.1	Jenis Data	22
III.3.2	Sumber Data.....	22
III.3.3	Pengumpulan Data	22
III.4	Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	24
III.4.1	Teknik Analisa Data.....	24
III.4.1.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	24
III.4.1.2	Partial Least Square (PLS)	25
III.4.1.3	Cara Kerja Partial Least Square (PLS).....	25
III.4.2	Uji Hipotesis.....	26
III.4.2.1	Uji Signifikan Parsial (Uji T).....	26
III.4.2.2	Koefisien Determinasi (Uji R ²)	26
III.5	Kerangka Model Penelitian	27
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	28
IV.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	28
IV.1.1	Sejarah Specs.....	28
IV.2	Deskripsi Data Penelitian	29
IV.3	Analisis Data dan Uji Hipotesis	29
IV.3.1	Model Pengukuran (Outer Model)	29
IV.3.1.1	Uji Validitas Konvergen.....	31
IV.3.1.2	Uji Validitas Diskriminan	31
IV.3.1.3	Uji Reliabilitas Partial Least Square (PLS).....	32
IV. 3.2	Model Struktural (Inner Model).....	33
IV. 3.2.1	R-Square.....	33
IV. 3.2.2	Q-Square.....	33
IV. 3.2.3	Uji Hipotesis.....	34
IV.4	Pembahasan.....	35
IV.4.1	Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli	35
IV.4.2	Pengaruh Desain Produk Terhadap Minat Beli.....	35
IV.4.5	Keterbatasan Peneliti.....	36
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	37
V.1	Simpulan.....	37
V.2	Saran.....	37
	DAFTAR PUSTAKA	38
	RIWAYAT HIDUP	
	LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Rekapitulasi Data Penjualan Berbagai Merek sepatu futsal di Kelapa Dua Depok tahun 2015-2016.....	2
Tabel 2.	Matriks Penelitian Sebelumnya.....	9
Tabel 3.	Pengukuran Variabel	21
Tabel 4.	Skala Likert	23
Tabel 5.	Kisi-Kisi Instrumen Penelitian	23
Tabel 6.	Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha	24
Tabel 7.	Data Responden.....	29
Tabel 8.	<i>Outer Loading Factor</i> Hasil <i>Output</i> PLS	31
Tabel 9.	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i> Hasil PLS	32
Tabel 10.	<i>Composite Reliability</i> Hasil <i>Output</i> PLS.....	32
Tabel 11.	<i>Cronbach's Alpha</i> Hasil <i>Output</i>	32
Tabel 12.	Nilai <i>R Square</i> dan <i>R Square Adjusted</i>	33
Tabel 13.	Hasil Nilai Koefisien Jalur	34

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Model Perilaku	10
Gambar 2. Kerangka Pemikiran	18
Gambar 3. Langkah-Langkah Analisis PLS	25
Gambar 4. Kerangka Model Penelitian	27
Gambar 5. Nilai <i>Loading</i> Faktor Menggunakan Diagram Jalur PLS.....	30

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian
- Lampiran 2 Data Kuisisioner
- Lampiran 3 Hasil *Output* PLS
- Lampiran 4 t Tabel
- Lampiran 5 Surat Riset