



**PENGARUH HARGA DAN DESAIN PRODUK TERHADAP
MINAT BELI MELALUI CITRA MEREK SEPATU
OLAHRAGA MEREK ADIDAS
DI MARGO CITY DEPOK**

SKRIPSI

MUHAMAD ARDIANSYAH

1310111117

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2018**



**PENGARUH HARGA DAN DESAIN PRODUK TERHADAP
MINAT BELI MELALUI CITRA MEREK SEPATU
OLAHRAGA MEREK ADIDAS
DI MARGO CITY DEPOK**

SKRIPSI

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

MUHAMAD ARDIANSYAH

1310111117

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2018**

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Muhamad Ardiansyah

NIM. : 1310111117

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

Jakarta, Januari 2018



Yang menyatakan,

Muhamad Ardiansyah

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Muhamad Ardiansyah
NIM. : 1310111117
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen SI
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:

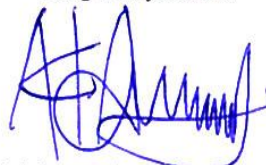
Pengaruh Harga Dan Desain Produk Terhadap Minat Beli Melalui Citra Merek Sepatu Olahraga Merek Adidas Di Margo City Depok

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 : Januari 2018

Yang Menyatakan,



Muhamad Ardiansyah

PENGESAHAN

PENGARUH HARGA DAN DESAIN PRODUK TERHADAP MINAT BELI MELALUI CITRA MEREK SEPATU OLAHRAGA MEREK ADIDAS DI MARGO CITY DEPOK

Dipersiapkan dan disusun oleh:

MUHAMAD ARDIANSYAH
1310111117

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
pada tanggal : 17 Januari 2018
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Rosali, S.E., M.M.
Ketua Penguji



Dra. Heni Nastiti, M.M.
Penguji II (Pembimbing II)



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

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 17 Januari 2018



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7892856, 7892859 Fax. 7892856
Homepage : <http://www.upnmj.ac.id> Email : puskom@upnmj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GASAL TA. 2017/2018

Hari ini Rabu , tanggal 17 Januari 2018, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : MUHAMAD ARDIANSYAH

No.Pokok Mahasiswa : 1310111117

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Pengaruh Harga Dan Desain Produk Terhadap Minat Beli Melalui Citra Merek Sepatu Olahraga Merek

ADIDAS Di Margo City Depok

Dinyatakan yang bersangkutan Lulus / Tidak Lulus *)

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Rosali, SE, MM	Ketua	1.
2	Dra. Bernadin Dwi, MM	Anggota 1	2.
3	Dra. Heni Nastiti, MM	Anggota II **)	3.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing



Pengaruh Harga dan Desain Produk Terhadap Minat Beli Melalui Citra Merek Sepatu Olahraga Merek Adidas di Margo City Depok

Oleh

Muhamad Ardiansyah

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan desain produk terhadap minat beli melalui citra merek sebagai variabel intervening. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Mall Margo City Depok. Ukuran sampel diambil sebanyak 60 orang responden, dengan metode *non probability sampling* khususnya *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuisioner. Teknik analisis yang digunakan adalah metode analisis PLS (*Partial Least Square*) dengan *software SmartPLS3.0*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) harga berpengaruh signifikan secara langsung terhadap minat beli dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,408. (2) harga memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli melalui citra merek sebagai variabel intervening dengan nilai koefisien jalur sebesar 0.088. (3) desain produk memiliki pengaruh tidak signifikan secara langsung terhadap minat beli dengan nilai koefisien jalur sebesar 0.195. (4) desain produk memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli melalui citra merek sebagai variabel intervening dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,129.

Kata Kunci: Harga, Desain Produk, Citra Merek, dan Minat Beli.

The Influence Of Price And Product Design On Purchase Intention Through Brand Image Sport Shoes Brand Adidas On Margo City Depok

By

Muhamad Ardiansyah

Abstract

This research is a quantitative research that aims to determine the influence of price and product design on Purchase Intention through Brand Image as an intervening variable. The Population in this study the community of Margo City Depok. The sample size was taken by 60 respondents, with non probability sampling method, especially purposive sampling. Data collection was done through questionnaire distribution. Analytical technique used is the method of analysis PLS (Partial Least Square) with SmartPLS3.0 software. The results of this study showed that (1) price has a significant effect on Purchase Intention with coefficient value of 0.408. (2) price has a significant influence on Purchase Intention through Brand Image as intervening variable with coefficient value of 0.088 lanes. (3) product design have no significant influence on Purchase Intention with path coefficient value of 0.195. (4) product design has a significant influence on Purchase Intention through Brand Image as intervening variable with coefficient value of 0.129.

Keywords: *Price, Product Design, Brand Image, Purchase Intention.*

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW atas segala karunia dan rahmat serta hidayah-Nya sehingga skripsi ini berhasil dijalankan. Judul yang dipilih dalam skripsi ini adalah “Pengaruh Harga dan Desain Produk Terhadap Minat Beli Melalui Citra Merek Sepatu Olahraga Merek Adidas di Margo City Depok”. Terima kasih penulis ucapkan kepada Bapak Dr. Prasetyo Hadi, S.E.,M.M selaku Dekan FEB Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta serta Ibu Dra. Bernadin Dwi, M.M selaku dosen pembimbing I dan Ibu Dra. Heni Nastiti, 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 Muhammad Taufik dan Ibu Sri Nuraeni selaku kedua orang tua tercinta, Mutiara Ratih selaku kakak tercinta, dan adik tercinta Muhammad Ferdiansyah yang tidak henti-hentinya memberikan penulis semangat dan doa dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Terima kasih penulis ucapkan kepada kekasih tercinta, yaitu Miya Cornita 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, Arie Oktiyan, Rizky Aditya Pratama, Rizaldy, Bima Aditya Laksono, Faisal Wahyu, Handi Indra Purnama, Hendry Kusuma Wijaya, Farhan Firdaus Alim, Aditya Prastha, Keluarga Besar Local C, teman-teman aibs mix, teman-teman smokar, 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, 17 Januari 2018

Muhamad Ardiansyah

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	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	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv

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.....	12
II.2.2	Minat Beli.....	12
II.2.2.1	Definisi Minat Beli.....	12
II.2.2.2	Indikator Minat Beli	14
II.2.3	Harga	15
II.2.3.1	Pengertian Harga	15
II.2.3.2	Peranan Harga	15
II.2.3.3	Penetapan Harga.....	16
II.2.3.4.	Tujuan Penetapan Harga	17
II.2.3.5	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Harga	17
II.2.3.6	Strategi Penetapan Harga	18
II.2.3.7.	Indikator Harga	19
II.2.4	Produk	19
II.2.4.1	Pengertian Produk	19
II.2.4.2	Tujuan Produk	20
II.2.4.3	Bentuk Produk.....	20
II.2.4.4.	Pengembangan Produk.....	20
II.2.5	Desain Produk	21

II.2.5.1	Definisi Desain Produk	21
II.2.5.2	Strategi Desain Produk.....	22
II.2.5.3.	Tujuan Desain Produk.....	22
II.2.5.4	Tahap – Tahap Desain Produk	22
II.2.6	Merek	23
II.2.6.1	Definisi Merek.....	23
II.2.6.2	Manfaat Merek	23
II.2.7	Citra Merek	24
II.2.7.1	Definisi Citra Merek.....	24
II.2.7.2	Manfaat Citra Merek	24
II.3.	Kerangka Pemikiran	25
II.4	Pengembangan Hipotesis	26
II.4.1	Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli.....	26
II.4.2	Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Melalui Citra Merek.....	26
II.4.3	Pengaruh Desain Produk Terhadap Minat Beli.....	26
II.4.4	Pengaruh Desain Produk Terhadap Minat Beli Melalui Citra Merek..	27
BAB III	METODE PENELITIAN	28
III.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	28
III.1.1	Definisi Operasional.....	28
III.1.2	Pengukuran Variabel	29
III.2	Metode Penentuan Populasi dan Sampel	29
III.2.1	Populasi	29
III.2.2	Sampel.....	29
III.3	Teknik Pengumpulan Data	30
III.3.1	Jenis Data	30
III.3.2	Sumber Data	30
III.3.3	Pengumpulan Data	31
III.4	Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	32
III.4.1	Teknik Analisa Data.....	32
III.4.1.1	<i>Partial Least Square</i> (PLS).....	32
III.4.1.2	Cara Kerja <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	33
III.4.2	Uji Hipotesis.....	34
III.4.2.1	Uji Signifikan Parsial (Uji t)	34
III.4.2.2	Koefisien Determinasi (Uji R^2).....	34
III.4.2.3	<i>Q Square</i>	34
III.5	Kerangka Model Penelitian.....	35
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	37
IV.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	37
IV.1.1	Sejarah Adidas.....	37
IV.1.2	Deskripsi Data	38
IV.1.2.1	Deskripsi Data Responden	38
IV.1.2.2	Persepsi Responden Terhadap Variabel Penelitian	40
IV.1.3	Analisis Data dan Uji Hipotesis	43
IV.1.3.1	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas PLS	43
IV.1.3.2	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	44

IV.1.3.3	Uji Validitas Konvergen.....	46
IV.1.3.4	Uji Validitas Diskriminan	47
IV.1.3.5	Uji Reliabilitas PLS.....	48
IV.1.3.6	Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	49
IV.1.3.7	<i>R Square</i>	49
IV.1.3.8	<i>Q Square</i>	50
IV.1.3.9	Koefisien Jalur (Path Coefficients)	51
IV.1.3.10	Uji t-Statistik	52
IV.2	Pembahasan.....	54
IV.2.1	Hubungan Harga Dengan Minat Beli.....	54
IV.2.2	Hubungan Harga Dengan Minat Beli Melalui Citra Merek.....	55
IV.2.3	Hubungan Desain Produk Dengan Minat Beli.....	55
IV.2.4	Hubungan Desain Produk Dengan Minat Beli Melalui Citra Merek ...	56
IV.3	Keterbatasan Penelitian	56
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	57
V.1	Simpulan.....	57
V.2	Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA		59
RIWAYAT HIDUP		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Top Brand Award Kategori Sepatu Olahraga Tahun 2014-2016.....	2
Tabel 2.	Matriks Penelitian Sebelumnya.....	11
Tabel 3.	GAP Research	12
Tabel 4.	Pengukuran Variabel	29
Tabel 5.	Skala Likert	31
Tabel 6.	Kisi-Kisi Instrumen Penelitian	32
Tabel 7.	Karakteristik Responden menurut Jenis Kelamin	39
Tabel 8.	Karakteristik Responden Menurut Usia	39
Tabel 9.	Karakteristik Responden Menurut Status Pekerjaan	39
Tabel 10.	Frekuensi Jawaban Responden Tentang Harga (X_1).....	40
Tabel 11.	Frekuensi Jawaban Responden Desain Produk (X_2).....	41
Tabel 12.	Frekuensi Jawaban Responden Tentang Citra Merek (Z).....	42
Tabel 13.	Frekuensi Jawaban Responden Tentang Minat Beli (Y).....	42
Tabel 14.	Hasil <i>Outer Model</i> 1	44
Tabel 15.	Hasil <i>Outer Model</i> 2	46
Tabel 16.	Outer Loading Factor	47
Tabel 17.	Fornell-Lacker Criterium	47
Tabel 18.	Average Variance Extracted (AVE).....	48
Tabel 19.	Composite Reliability.....	48
Tabel 20.	Cronbach's Alpha.....	49
Tabel 21.	Nilai R Square dan R Square Adjusted	49
Tabel 22.	Hasil Nilai Koefisien Analisis Jalur	51
Tabel 23.	Hasil Uji t-Statistik.....	52
Tabel 24.	Interpretasi Hasil Koefisien Jalur	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Model Perilaku	13
Gambar 2. Kerangka Pemikiran	25
Gambar 3. Langkah-Langkah Analisis PLS.....	33
Gambar 4. Kerangka Model Penelitian	36
Gambar 5. Gambar <i>Outer Model</i>	44
Gambar 6. Gambar <i>Outer Model</i>	45
Gambar 7. Inner Model	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuisisioner Penelitian
Lampiran 2	Data Kuisisioner 60 Responden
Lampiran 3	Hasil Deskripsi Data Responden
Lampiran 4	Persepsi Responden Terhadap Variabel Penelitian
Lampiran 5	Hasil <i>Output Outer Model</i> PLS
Lampiran 6	Hasil <i>Inner Model</i> PLS
Lampiran 7	Hasil Output Model PLS
Lampiran 8	R Tabel dan T Tabel
Lampiran 9	Surat Riset