



ANALISIS MINAT BELI SEPATU *SNEAKERS* NIKE

SKRIPSI

MOHAMMAD ALIP AL FAYED

1610111197

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2020**



ANALISIS MINAT BELI SEPATU *SNEAKERS* NIKE

SKRIPSI

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

MOHAMMAD ALIP AL FAYED

1610111197

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2020**

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Mohammad Alip Al Fayed

NIM : 1610111197

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

Jakarta, 18 Juni 2020

Yang menyatakan,



Mohammad Alip Al Fayed

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN
AKADEMIS**

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

Nama : Mohammad Alip Al Fayed
NIM : 1610111197
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
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:

Analisis Minat Beli Sepatu *Sneakers* Nike

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/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 : 20 Juni 2020

Yang menyatakan,



Mohammad Alip Al Fayed

SKRIPSI

ANALISIS MINAT BELI SEPATU *SNEAKERS* NIKE

Dipersiapkan dan disusun oleh:

MOHAMMAD ALIP AL FAYED

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 06 Juli 2020

Dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Lina Ariyani, S.E., M.M.

Ketua Penguji



Dr. Faisal Marzuki, M.pd

Penguji I



Yuliniar, S.E., M.M.

Penguji II (Pembimbing)



Dr. Desmintari, S.E., M.M

Ketua Jurusan Manajemen



Wahyudi, SE., MM

Ketua Program Studi Manajemen

Program Sarjana

Disahkan di: Jakarta

Pada Tanggal: 30 Juli 2020

ANALYSIS OF INTEREST BUY NIKE SNEAKER SHOES

By

Mohammad Alip Al fayed

ABSTRACT

This study aims to analyze and prove the influence of Brand Image, Promotion and Price on Interest in Buying Nike sneakers shoes. This research method is quantitative descriptive with 75 users of Sneakers users in the Jakarta area. Data collection was carried out through a questionnaire with a purposive sampling method and descriptive data analysis techniques using Smart PLS 3. The results of this study indicate that promotions and prices have a positive effect on buying interest. Whereas Brand Image has no effect on Purchase Interest.

Keywords: Brand Image, Price , Promotion, Purchase Interest

ANALISIS MINAT BELI SEPATU *SNEAKERS* NIKE

Oleh

Mohammad Alip Al Fayed

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan membuktikan pengaruh Citra Merek, Promosi dan Harga terhadap Minat Beli Sepatu sneakers Nike. Metode penelitian ini yaitu deskriptif kuantitatif dengan populasi pengguna Sepatu Sneakers di wilayah Jakarta sebanyak 75 responden. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dengan metode purposive sampling dan teknik analisis data deskriptif menggunakan Smart PLS 3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Promosi dan Harga berpengaruh positif terhadap Minat Beli. Sedangkan Citra Merek tidak berpengaruh terhadap Minat Beli.

Kata kunci: Citra Merek , Harga , Minat Beli , Promosi

PRAKATA

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya serta kasih sayangNya sehingga usulan penelitian dengan judul “ Analisis Minat Beli Sepatu *Sneakers Nike*” dapat di selesaikan, Berkenaan dengan ini, peneliti menyampaikan terima kasih kepada Ibu Dr. Dianwicakasih Arieftiara, SE.,Ak., M.Ak., CA., CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Ibu Dr. Desmintari, SE., M.M., selaku Ketua Jurusan Manajemen, serta Bapak Wahyudi, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Program Sarjana. peneliti juga ucapkan terima kasih kepada ibu Yuliniar SE,MM. selaku dosen pembimbing I, ibu Suharyati SE,MM. selaku dosen pembimbing II, ibu Lina Riyani S.E.,M.M. selaku ketua penguji dan juga bapak Dr. Faisal Marzuki, M.pd selaku penguji 1 saya yang telah memberikan masukan maupun arahan dalam penelitian ini yang membuat peneliti bersemangat untuk menyelesaikan penelitian ini. Serta seluruh dosen Fakultas Ekonomi Bisnis yang telah memberikan pelajaran akademik maupun non-akademik.

Di samping itu, ucapan terimakasih peneliti sampaikan kepada bapak Edison jalal dan ibu estetika nova selaku kedua orang tua tercinta serta kakak dan adik tercinta yang telah memberikan support dan do’a kepada peneliti sehingga peneliti bersemangat dalam menulis penelitian ini, Ucapan terima kasih juga peneliti sampaikan kepada seluruh sahabat-sahabat yang ada di upn dan yang berada di luar upn, teman-teman grup belajar 911 maupun teman-teman seperbimbingan yang sangat berjasa memberikan semangat dan sensantiasa mensupport dari awal perkuliahan sampai saat ini. Serta terimakasih kepada Keluarga Besar teman-teman seperjuangan Manajemen S1 2016 yang penulis tidak bisa sebutkan satu persatu tanpa mengurangi rasa hormat penulis bagi kalian yang telah *support* dalam penulisan skripsi ini.

Jakarta, 5 April 2020

Mohammad Alip Al Fayed

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PENGESAHAN.	iii
ABSTRACT.	iv
ABSTRAK	v
PRAKATA	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1. Latar Belakang.....	1
I.2. Rumusan Masalah.....	6
I.3. Tujuan Penelitian	6
I.4. Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
II.1. Tinjauan Pustaka	8
II.1.1. Pemasaran.....	8
II.1.1.1. Bauran Pemasaran	8
II.1.2. Minat Beli.....	9
II.1.2.1. Tahap Minat Beli	10
II.1.2.2. Faktor-faktor Minat Beli.....	11
II.1.2.3. Dimensi Minat Beli	11
II.1.3. Citra Merek	12
II.1.3.1. Definisi Citra Merek.....	12
II.1.3.2. Manfaat Citra Merek	12
II.1.3.3. Dimensi Citra Merek	13

II.1.3.4. Komponen Citra Merek.....	14
II.1.3.5. Elemen Citra Merek.....	15
II.1.3.6. Indikator Citra Merek.....	16
II.1.4. Promosi.....	17
II.1.4.1. Definisi Promosi.....	17
II.1.4.2. Tujuan Promosi.....	17
II.1.4.3. Bentuk Promosi.....	18
II.1.4.4. Indikator Promosi.....	19
II.1.5. Harga.....	20
II.1.5.1. Definisi Harga.....	20
II.1.5.2. Peranan Harga.....	20
II.1.5.3. Sasaran Penetapan Harga.....	21
II.1.5.4. Strategi Penetapan Harga Jual.....	22
II.1.5.5. Tujuan penetapan Harga.....	22
II.1.5.6. Indikator Harga.....	23
II.1.6 Citra Merek dan Minat Beli.....	23
II.1.7 Promosi dan Minat Beli.....	24
II.1.8 Harga dan minat Beli.....	24
II.2. Model Penelitian Empirik.....	25
II.3. Hipotesis.....	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	27
III.1. Definisi Operasional dan Variabel.....	27
III.1.1. Definisi Operasional.....	27
III.1.2. Pengukuran Variabel.....	28
III.2. Populasi dan Sampel.....	28
III.2.1. Populasi.....	28
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.....	30
III.4. Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	32
III.4.1. Teknik Analisis Data	32
III.4.1.1. Analisis Data Deskriptif.	32
III.4.1.2. Partial Least Square (PLS)	34
III.4.1.3. Cara Kerja Partial Least Square (PLS).....	34
III.4.1.4. Langkah-Langkah Partial Least Square (PLS).....	35
III.4.1.5. Uji Validitas dan Reliabilitas	35
III.4.2. Uji Hipotesis.....	37
III.4.2.1. Uji t (Uji Signifikan Parameter Individual)	37
III.4.2.2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	38
III.5. Kerangka Model Penelitian.....	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.	40
IV.1. Deskripsi Objek Penelitian	40
IV.1.1. Sejarah Singkat Nike.Inc	40
IV.1.2. Sejarah Singkat Sepatu Sneakers Nike	41
IV.2. Deskriptif Data Penelitian	43
IV.2.1. Deskriptif Data Responden.	43
IV.2.2. Deskriptif Data Penelitian.	46
IV.3. Analisis Data dan Uji Hipotesis	51
IV.3.1. Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	52
IV.3.2. Uji Validitas Konvergen	55
IV.3.3. Uji Validitas Diskriminan	56
IV.3.4 Uji Reliabilitas.	57
IV.3.5. Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	58
IV.3.5.1. R Square	58
IV.3.5.2. Uji t-Statistik.....	58
IV.4. Pembahasan	60
IV.3.1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli.....	61

IV.3.1. Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli	62
IV.3.1. Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli	63
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.	65
V.1. Simpulan.	65
V.2. Keterbatasan Penelitian.....	65
V.3. Saran.	66
DAFTAR PUSTAKA	68
RIWAYAT HIDUP	72
LAMPIRAN	73

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Sepatu <i>sneakers</i> diminati di dunia	2
Tabel 2. 3 Merek sepatu <i>sneakers</i> yang di minati di Indonesia	3
Tabel 3. Pengukuran Variable.....	28
Tabel 4. Skala Likert.....	31
Tabel 5. Kisi-kisi instrument penelitian.....	31
Tabel 6. Peringkat jawaban responden.....	32
Tabel 7. Interpretasi Nilai Presentase Responden.....	34
Tabel 8. Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha	37
Tabel 9. Karakteristik responden menurut Jenis Kelamin	43
Tabel 10. Karakteristik Responden Menurut Usia	44
Tabel 11. Karakteristik Responden Menurut Status	44
Tabel 12. Karakteristik Responden Menurut Pendapatan.....	45
Tabel 13. Karakteristik Responden Menurut Domisili	46
Tabel 14. Interpretasi Nilai Presentase Responden.....	47
Tabel 15. Hasil tanggapan Responden Terhadap variable Citra Merek.....	47
Tabel 16. Hasil tanggapan Responden Terhadap variable Promosi.....	48
Tabel 17. Hasil tanggapan Responden Terhadap variable Harga	50
Tabel 18. Hasil tanggapan Responden Terhadap variable Minat Beli.....	51
Tabel 19. <i>Outer Loading Factro Output</i> PLS	56
Tabel 20. <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	57
Tabel 21. Uji Reliabilitas	58
Tabel 22. Nilai <i>R square</i> dan <i>Adjusted R square</i>	59
Tabel 23. Hasil Uji t-Statistik.....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. brand sepatu sneakers yang diminati di dunia	3
Gambar 2. Kerangka Pemikiran	25
Gambar 3. Kerangka Model Penelitian	39
Gambar 4. Logo Nike.....	40
Gambar 5. <i>Outer Model</i>	53
Gambar 6. Outer Model setelah re-estimasi.....	55
Gambar 7. <i>Inner Model</i>	61

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Hasil Penelitian Terdahulu
- Lampiran 2. Matriks Penelitian Terdahulu
- Lampiran 3. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 4. Data Kuesioner 75 Responden
- Lampiran 5. Hasil Deskripsi Data Responden
- Lampiran 6. Hasil Deskripsi Data Penelitian
- Lampiran 7. Hasil *Output Outer Model* PLS
- Lampiran 8. Hasil *Output Inner Model* PLS
- Lampiran 9. Hasil *Output Model* PLS
- Lampiran 10. T table
- Lampiran 10. Hasil Turnitin