



UNIVERSITAS
PGRI ADI BUANA
SURABAYA

SKRIPSI

Pengaruh *Brand Image*, *Product Quality*, dan *Product Design* Terhadap *Buying Decision* Sepatu *Brand Lokal* Pada Mahasiswa Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Muhammad Hafid Ferydiansyah
181500200

Dosen Pembimbing
Ferry Hariawan, S.E., M.M.

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2022

**PENGARUH BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY,
DAN PRODUCT DESIGN TERHADAP BUYING
DECISION SEPATU BRAND LOKAL PADA
MAHASISWA UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA
SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M)
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

**MUHAMMAD HAFID FERDYANSYAH
NIM: 181500200**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA
2022**

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image, Product Quality, dan Product Design* Terhadap *Buying Decision* Sepatu *Brand Lokal* Pada Mahasiswa Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

Identitas Mahasiswa

a. Nama : Muhammad Hafid Ferdyansyah
b. NIM : 181500200
c. Program Studi : Manajemen
d. Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing dan layak untuk diuji

Tanggal : 19 Mei 2022

Dosen Pembimbing,



Ferry Hariawan, S.E., M.M.

NPP. 1512763/DY

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi

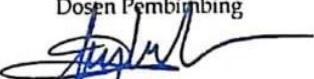
: Pengaruh *Brand Image, Product Quality, dan Product Design* Terhadap *Buying Decision* Sepatu *Brand* Lokal Pada Mahasiswa Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

Identitas Mahasiswa

- a. Nama : Muhammad Hafid Ferdiansyah
- b. NIM : 181500200
- c. Program Studi : Manajemen
- d. Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
- e. Alamat e-mail : hafidferdi90@gmail.com



Made Bagus Dwijarta, S.E., M.M.
NPP. 119598/DY

Surabaya, 28 JUNI 2022
Dosen Pembimbing

Ferry Hariawan, S.E., M.M.
NPP. 1512763/DY



Tony Susilo Wibowo, S.E., M.Pd., M.S.M.
NPP. 0709494/DY

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Skripsi ini diterima dan disetujui oleh Panitia Ujian Skripsi Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

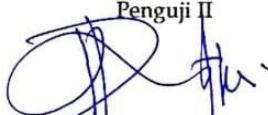
Pada Hari : Rabu
Tanggal : 29 Juni
Tahun : 2022

Pengaji I



Dr. Mohamad Afrizal Mirardi, SE, Ak, MSA, CA.
NIP: 1509745/DY.

Pengaji II



Tri Aripribowo, S.E., M.Si
NPP: 1809867/DY.

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Muhammad Hafid Ferdyansyah

NIM : 181500200

Program Studi : Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian (skripsi) saya dengan judul "Pengaruh Brand Image, Product Quality, dan Product Design Terhadap Buying Decision Sepatu Brand Lokal Pada Mahasiswa Universitas PGRI Adi Buana Surabaya" yang saya usulkan dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Tahun Akademik 2021-2022 bersifat original.

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

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.



Surabaya, 16 Maret 2022

Mahasiswa,

Muhammad Hafid Ferdyansyah

NIM: 181500200

KATA PENGANTAR

AlhamdulillahiRobbil' alamiin, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, petunjuk dan kemudahan-Nya serta berbagai kenikmatan yang telah diberikan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "*Pengaruh Brand Image, Product Quality, dan Product Design Terhadap Buying Decision Sepatu Brand Lokal Pada Mahasiswa Universitas PGRI Adi Buana Surabaya*".

Selama proses penulisan hingga terselesaiannya skripsi ini, penulis banyak mendapat motivasi, bantuan dan dukungan dari beberapa pihak, untuk itu penulis mengucapkan rasa hormat dan terima kasih kepada :

1. Dr. M. Soebandowo, M.S. selaku Rektor Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
2. Drs. H. Teguh Purwanto, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
3. I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
4. Ferry Hariawan, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan koreksi dan membantu selama melakukan penulisan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat selama kuliah.
6. Bapak dan Ibu atas nasehat yang selama ini diberikan dan atas kasih sayang, kesabaran yang telah diberikan serta iringan do'a yang selalu menyertai dalam setiap langkah menuju kesuksesan.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang sangat penulis harapkan. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca serta semua pihak yang membutuhkannya.

Surabaya, 27 Januari 2022

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Hafid Ferdiansyah".

M. Hafid Ferdiansyah

HALAMAN PERSEMPAHAN

Segala puji bagi Allah Swt, Tuhan semesta alam yang senantiasa memberikan karunia sehingga penulis mampu menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh *Brand Image, Product Quality, dan Product Design* Terhadap *Buying Decision Sepatu Brand Lokal Pada Mahasiswa Universitas PGRI Adi Buana Surabaya”*. Laporan Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kepada Allah SWT yang telah mempermudahkan jalan dari awal sampai akhir pembuatan skripsi.
2. Bapak, Ibuku tercinta serta keluargaku yang selalu berdoa, memberikan inspirasi dan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Dosen-dosen jurusan Prodi Manajemen Univesitas PGRI Adi Buana Surabaya.
4. Kepada Aryana Devy Rahmadani sebagai orang istimewa yang selalu memberikan semangat, support dan menemani saya dalam mengerjakan skripsi ini
5. Kepada teman-teman seperjuangan terutama teman dekat (Virgi, Nadya, Evi, Wahyu, Bagus dan Mas Fajar) yang selalu memberikan bantuan yang luar biasa untuk bisa menyelesaikan skripsi ini.
6. Teman-teman Prodi manajemen khususnya angkatan 2018 Kelas F yang selalu menyemangati satu sama lain.

MOTTO

“Belajar, Berusaha, Bertaqwa”

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh dari *Brand Image*, *Product Quality*, dan *Product Design* terhadap *Buying Decision* sepatu *Brand* lokal. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Mahasiswa aktif Universitas PGRI Adi Buana Surabaya. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Accidental Sampling* dengan sampel sebanyak 180 responden. Diperoleh hasil analisis data bahwa pengaruh *Brand Image* terhadap *Buying Decision* memiliki t hitung sebesar 4,189 dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. *Product Quality* terhadap *Buying Decision* memiliki t hitung sebesar 2,381 dengan nilai signifikan sebesar $0,018 < 0,05$. *Product Quality* terhadap *Buying Decision* memiliki t hitung sebesar 7,150 dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *Brand Image*, *Product Quality* dan *Product Design* berpengaruh terhadap *Buying Decision* secara parsial.

Kata kunci: Citra Merek, Kualitas produk, Desain Produk dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the influence of Brand Image, Product Quality, and Product Design on the Buying Decision of local brand shoes. The population used in this study were active students at PGRI Adi Buana University, Surabaya. The sampling technique used Accidental Sampling with a sample of 180 respondents. The results of the analysis show that the influence of Brand Image on Buying Decision has a t count of 4,189 with a significant value of 0.000 <0.05. Product Quality on Buying Decision has a t count of 2,381 with a significant value of 0.018 < 0.05. Product Quality on Buying Decision has a t count of 7,150 with a significant value of 0.000 <0.05. So it can be concluded that Brand Image, Product Quality and Product Design partially influence the Buying Decision.

Keywords: *Brand Image, Product Quality, Product Design, Buying Decision.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	v
KATA PENGANTAR	vi
HALAMAN PERSEMPERBAHAN	viii
MOTTO.....	ix
ABSTRAK.....	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II.....	9
TELAAH PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9

2.2 Landasan Teori.....	21
2.2.1 Pemasaran	21
2.2.2 Manajemen Pemasaran.....	22
2.2.3 <i>Brand Image</i> (Citra Merek)	23
2.2.3.1 Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Brand Image</i>	24
2.2.3.2 Indikator <i>Brand Image</i>	24
2.2.4 <i>Product Quality</i> (Kualitas Produk).....	25
2.2.4.1 Tujuan <i>Product Quality</i>	26
2.2.4.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk	26
2.2.4.3 Indikator <i>Product Quality</i>	27
2.2.5 <i>Product Design</i> (Desain Produk)	28
2.2.5.1 Tujuan <i>Product Design</i>	29
2.2.5.2 Faktor-faktor <i>Product Design</i>	29
2.2.5.3 Indikator <i>Product Design</i> (Desain Produk)	31
2.2.6 <i>Buying Decision</i> (Keputusan Pembelian).....	33
2.2.6.1 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	34
2.2.6.2 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	35
2.2.6.3 Indikator <i>Buying Decision</i>	37
2.3 Kerangka Konseptual.....	39
2.4 Hipotesis.....	40
BAB III	43
METODE PENELITIAN	43

3.1. Rancangan Penelitian.....	43
3.2 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	46
3.2.1 Populasi	46
3.2.2 Sampel	46
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	47
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	48
3.3.1 Jenis Data.....	48
3.3.2 Sumber Data.....	48
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.4.1 Kuesioner.....	49
3.4.2 Dokumentasi	50
3.4.3 Prosedur Pengumpulan Data.....	50
3.4.4 Lokasi dan Waktu Penelitian	51
3.4.4.1 Lokasi Penelitian.....	51
3.4.4.2 Waktu Penelitian.....	51
3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	51
3.5.1 Variabel Penelitian.....	51
3.5.2 Definisi Operasional Variabel	52
3.5.2.1 Variabel <i>Brand Image</i> (X_1).....	52
3.5.2.2 Variabel <i>Product Quality</i> (X_2).....	52
3.5.2.3 Variabel <i>Product Design</i> (X_3)	53
3.5.2.4 Variabel <i>Buying Decision</i> (Y).....	53
3.6 Teknik Analisis Data.....	54
3.6.1 Instrumen Pengujian Penelitian.....	54
3.6.1.1 Uji Validitas.....	54

3.6.1.2 Uji Reliabilitas	55
3.6.2 Pengujian Asumsi Klasik.....	55
3.6.2.1 Uji Normalitas.....	56
3.6.2.2 Uji Multikolinieritas	56
3.6.2.3 Uji Autokorelasi	57
3.6.2.4 Uji Heteroskedastisitas	57
3.6.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	58
3.6.2 Uji Hipotesis.....	58
3.6.2.1 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	58
3.6.2.2 Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	59
BAB IV	61
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	61
4.1 Hasil Penelitian	61
4.1.1 Gambaran Umum Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.....	61
4.1.1.1 Identitas Universitas PGRI Adi Buana Surabaya	61
4.1.1.2 Sejarah Universitas PGRI Adi Buana Surabaya	62
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	63
4.2.1 Penilaian Responden Terhadap Butir Pernyataan.....	63
4.2.1.1 Variabel <i>Brand Image</i> (X_1).....	63
4.2.1.2 Variabel <i>Product Quality</i> (X_2)	64
4.2.1.3 Variabel <i>Product Design</i> (X_3)	65
4.2.1.4 Variabel <i>Buying Decision</i> (Y)	66

4.3 Analisis Data dan Hasil Penelitian.....	67
4.3.1 Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	67
4.3.1.1 Uji Validitas.....	67
4.3.1.2 Uji Reliabilitas	69
4.3.2 Uji Asumsi Klasik	70
4.3.2.1 Uji Normalitas.....	70
4.3.2.2 Uji Multikolinearitas.....	71
4.3.2.3 Uji Autokorelasi	72
4.3.2.4 Uji Heteroskedastisitas	72
4.3.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	73
4.3.4 Uji Hipotesis.....	75
4.3.4.1 Uji t.....	75
4.3.4.2 Uji F.....	77
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	77
BAB V.....	81
SIMPULAN DAN SARAN.....	81
5.1 Simpulan.....	81
5.2 Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA.....	84

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 3.1 Skala <i>Likert</i>	49
Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi <i>Brand Image</i> (X_1)	63
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi <i>Product Quality</i> (X_2).....	64
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi <i>Product Design</i> (X_3).....	65
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi <i>Buying Decision</i> (Y)	66
Tabel 4.5 Uji Validitas	68
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas.....	70
Tabel 4.7 Uji Normalitas	70
Tabel 4.8 Uji Multikolinieritas.....	71
Tabel 4.9 Uji Autokorelasi	72
Tabel 4.10 Analisis Regresi Linier Berganda	74
Tabel 4.11 Uji t	76
Tabel 4.12 Uji F	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tahap Keputusan Pembelian	35
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	40
Gambar 3.1 Rancangan Penelitian	45
Gambar 4.1 Uji Heteroskedastisitas	73

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Ijin Penelitian
- Lampiran 2 Kartu Bimbingan Skripsi
- Lampiran 3 Berita Acara Ujian Proposal
- Lampiran 4 Berita Acara Revisi Skripsi
- Lampiran 5 Surat Bebas Plagiasi
- Lampiran 6 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 7 Tabulasi Data
- Lampiran 8 Data Frekuensi Jawaban Responden
- Lampiran 9 Uji Validitas
- Lampiran 10 Uji Reliabilitas
- Lampiran 11 Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 12 Analisis Regresi Linear Berganda
- Lampiran 13 Uji Hipotesis