



**PENGARUH DESAIN PRODUK, PERSEPSI HARGA,
KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP
CITRA MEREK SERTA IMPLIKASINYA PADA MINAT
BELI SEPATU MEREK ADIDAS PADA AND-1 SPORT**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2021**

**PENGARUH DESAIN PRODUK, PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK
DAN PROMOSI TERHADAP CITRA MEREK SERTA IMPLIKASINYA
PADA MINAT BELI SEPATU MEREK ADIDAS PADA AND-1 SPORT
KUDUS**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Pengudi Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 2021

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen

DINA LUSIANTI, SE, MM, AAK
NIDN. 0630098401

Pembimbing I

Dr. MOKHAMAD ARWANI, SE, MM
NIDN. 0610057804

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



DR. H. MOKHAMAD EDRIS, Drs, MM
NIDN. 0618066201

Pembimbing II

DIAN WISMAR'EIN, SE, MM
NIDN. 0612127702

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

Barang siapa diuji lalu bersabar, diberi lalu bersukur,
didzalimi lalu dimaafkan dan berbuat dzalim lalu istiqfar maka keselamatan
dan mereka yang memperoleh hidayah
(H. R. AL Baihagi)



KATA PENGANTAR

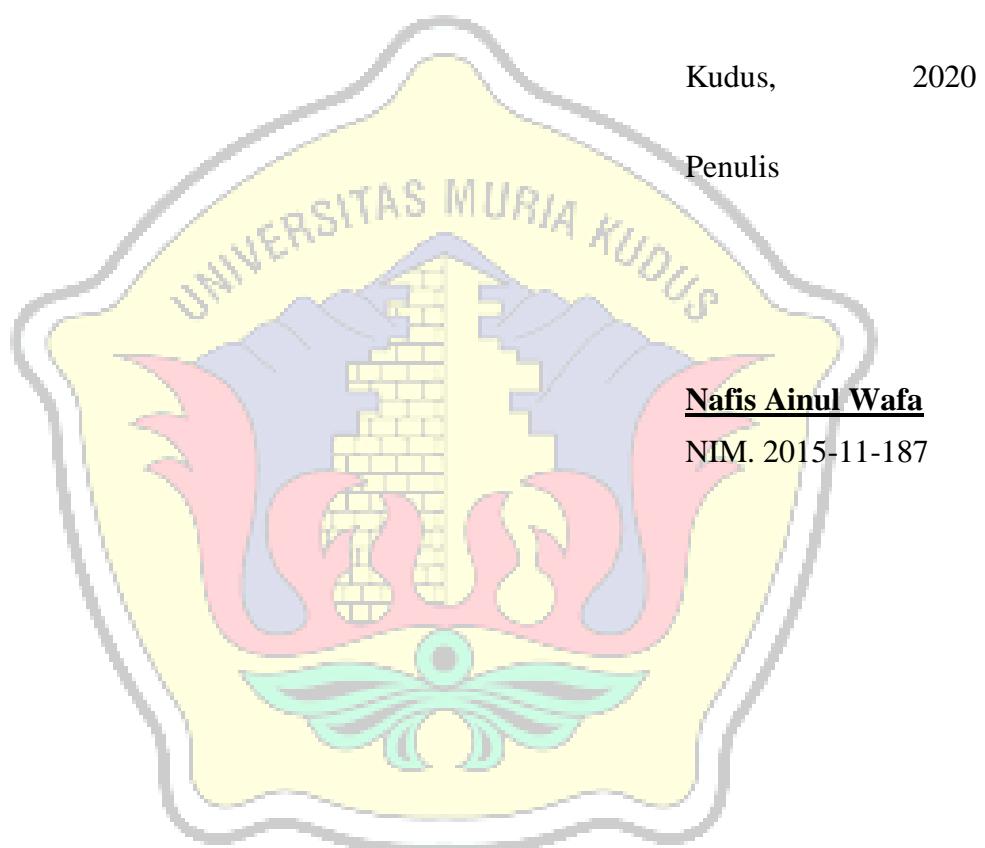
Puji syukur atas semua rahmat dan karunia-Nya yang telah mengijinkan penulis menyelesaikan skripsi ini sebagai tugas akhir program studi Manajemen Universitas Muria Kudus, dengan judul **PENGARUH DESAIN PRODUK, PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP CITRA MEREK SERTA IMPLIKASINYA PADA MINAT BELI SEPATU MEREK ADIDAS PADA AND-1 SPORT KUDUS.** Penulis sangat merasakan besarnya karunia Allah SWT yang telah memberikan kekuatan dan kesabaran di tengah keterbatasan penulis dalam menyusun skripsi ini. Di samping itu bantuan dan dorongan dari berbagai pihak telah memungkinkan selesaiannya tugas akhir ini. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada yang terhormat :

1. Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi UMK.
2. Dina Lusianti, SE, MM, AAK, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMK yang telah menyetujui penulisan skripsi ini
3. Dr. Mokhamad Arwani, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Dian Wismar'ein, SE, MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Teman-teman Manajemen SI dan Almamaterku.
6. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga segala bantuan dan kebaikan tersebut mendapat limpahan balasan dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna dan masih banyak kekurangan, karena ini semua disebabkan keterbatasan waktu, tenaga, biaya dan kemampuan penulis. Oleh karena itu segala kritik dan saran yang bersifat membangun senantiasa penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Penulis berharap skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi pembaca.

Amien.



ABSTRAK

PENGARUH DESAIN PRODUK, PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP CITRA MEREK SERTA IMPLIKASINYA PADA MINAT BELI SEPATU MEREK ADIDAS PADA AND-1 SPORT KUDUS

NAFIS AINUL WAFA
NIM 2015-11-187

Pembimbing I. Dr. MOKHAMAD ARWANI, SE, MM
II. DIAN WISMAR'EIN, SE, MM

Peneliti ini bertujuan menganalisis pengaruh desain produk, persepsi harga, kualitas produk dan promosi terhadap citra merek serta implikasinya pada minat beli sepatu merek Adidas pada And-1 Sport Kudus. Tipe penelitian ini bersifat explanatory. Sampel penelitian sebanyak 120 orang. Pengolahan data menggunakan kuesioner. Pengolahan data menganalisis *editing, coding, scoring, tabulating*. Uji instrument uji validitas, uji reliabilitas. Analisis confirmatory factor analysis pada SEM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan antara variabel desain produk, persepsi harga, kualitas produk dan promosi terhadap citra merek dan minat beli sepatu merek Adidas pada And-1 Sport Kudus. Hasil pengaruh tidak langsung menunjukkan menambah nilai total effect sehingga memperkuat pengaruh langsung, namun untuk citra merek belum mampu menjadi variabel mediasi antara persepsi harga, dan promosi terhadap minat beli sepatu merek Adidas pada And-1 Sport Kudus.

Kata kunci : Desain produk, persepsi harga, kualitas produk, promosi, citra merek, minat beli.

ABSTRACT

INFLUENCE PRODUCT DESIGN, PRICE PERCEPTION, PRODUCT QUALITY AND PROMOTION TO THE BRAND IMAGE AND ITS IMPLICATIONS IN INTEREST BUY ADIDAS BRAND SHOES ON AND-1 SPORT KUDUS

**NAFIS AINUL WAFA
NIM 2015-11-187**

Adviser I. Dr. MOKHAMAD ARWANI, SE, MM

II. DIAN WISMAR'EIN, SE, MM

The researcher agreed to analyze the influence of product design, price perception, product quality and promotion to the brand image and its implications on buying interest in Adidas brand shoes on And-1 Sport Kudus. This type of research is explanatory. Sample research of 120 people. Data processing using questionnaires. Data processing analyzes editing, coding, scoring, tabulating. Test instrument validity test, reliability test. Analysis of confirmatory factor analysis on SEM. The results showed that there were significant positive influences between product design variables, price perception, product quality and promotion to brand image and buying interest of Adidas brand shoes on And-1 Sport Kudus. Indirect influences show increased total effect value, thus strengthening the direct impact, but for the brand image has not been able to be a mediation variable between price perception, and the promotion of the interest in purchasing Adidas brand shoes on And-1 Sport Kudus.

Keywords: *product design, price perception, product quality, promotion, brand image, buying interest.*

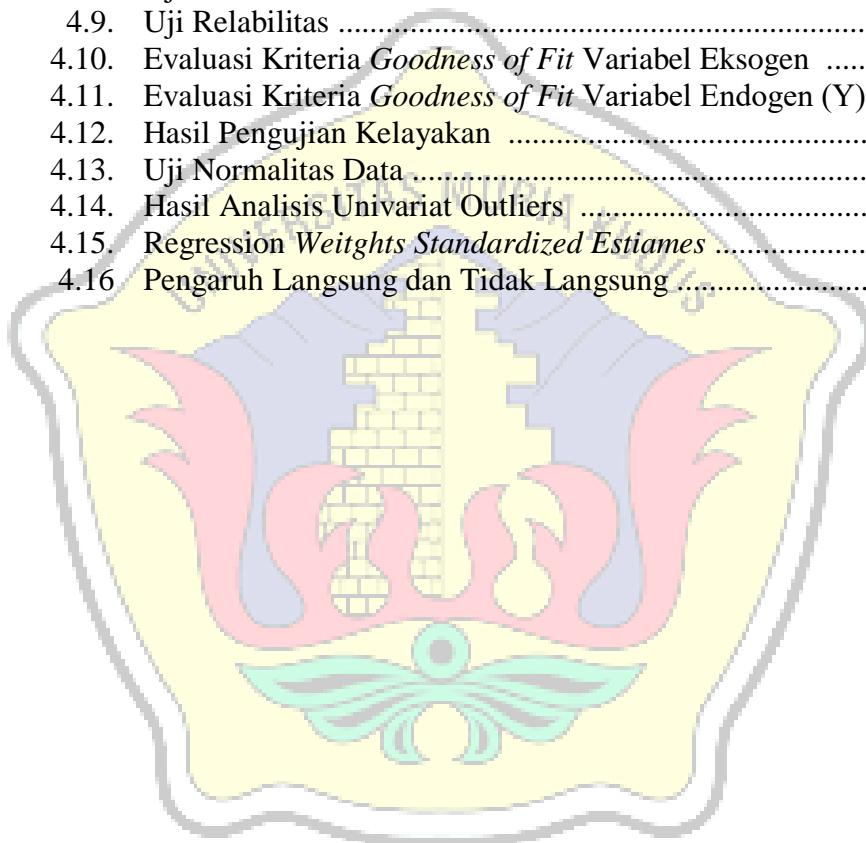
DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
RINGKASAN / ABSTRAKSI	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Ruang Lingkup	5
1.3. Perumusan Masalah	6
1.4. Tujuan Penelitian	7
1.5. Kegunaan Penelitian	7
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Manajemen Pemasaran	8
2.2. Desain Produk	8
2.3. Persepsi Harga	18
2.4. Kualitas Produk	16
2.5. Promosi	24
2.6. Citra Merek	23
2.7. Minat Beli	29
2.8. Tinjauan Penelitian Terdahulu	32
2.9. Kerangka Pemikiran Teoritis	39
2.10. Hipotesis Penelitian	40
BAB III. METODE PENELITIAN	41
3.1. Rancangan Penelitian	41
3.2. Variabel Penelitian	41
3.3. Jenis dan Sumber Data	45
3.4. Populasi dan Sampel	46
3.5. Pengumpulan Data	46
3.6. Pengolahan Data	47
3.7. Analisis Data	49
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	57
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	57
4.2. Penyajian Data	60
4.3. Analisis Data	65
4.4. Pembahasan	84
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	89
5.1. Kesimpulan	89
5.2. Saran	90
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1. Top Brand Index (TBI) Kategori Sepatu Tahun 2017-2019 (dalam%)	5
3.2. Karakteristik Karakteristik Responden	60
4.2. Frekuensi Variabel Desain Produk	61
4.3. Frekuensi Variabel Persepsi Harga	62
4.4. Frekuensi Variabel Kualitas Produk	62
4.5. Frekuensi Variabel Promosi	63
4.6. Frekuensi Variabel Citra Marek	64
4.7. Frekuensi Variabel Minat Beli	64
4.8. Uji Validitas	65
4.9. Uji Relabilitas	66
4.10. Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit</i> Variabel Eksogen	69
4.11. Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit</i> Variabel Endogen (Y) ...	71
4.12. Hasil Pengujian Kelayakan	72
4.13. Uji Normalitas Data	75
4.14. Hasil Analisis Univariat Outliers	76
4.15. Regression Weights Standardized Estimates	78
4.16. Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	83



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran.....	39
4.1. Struktur Organisasi And-1 Sport	58
4.2. Konstruk Variabel Endogen	70
4.3. Kostruk Full Model	72

