



**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN  
DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
BAJU MEREK “MJC” DENGAN KEPERCAYAAN MEREK  
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

**(Studi pada Konsumen Murni Jaya Collection Kudus)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk  
menyelesaikan jenjang pendidikan Strata Satu (S1)  
pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muria Kudus

Diajukan oleh :

**Novayana Candra Prayoga**

**NIM. 2016-11-489**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
TAHUN 2022**

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN  
DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
BAJU MEREK “MJC” DENGAN KEPERCAYAAN MEREK  
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

(Studi pada Konsumen Murni Jaya Collection Kudus)

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



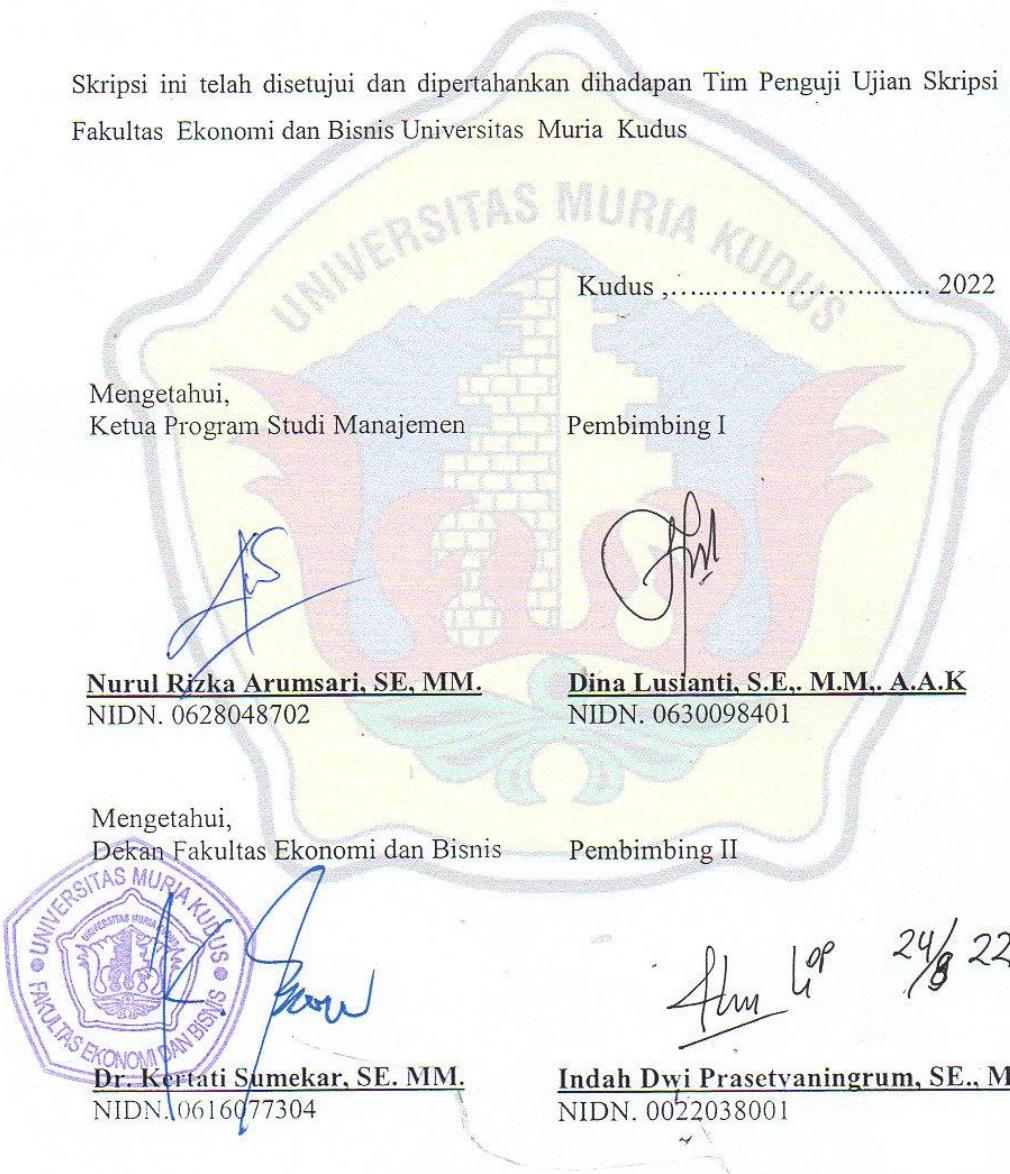
Mengetahui  
Ketua Program Studi Manajemen

  
**Nurul Rizka Arumsari, SE, MM.**  
NIDN. 0628048702

PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN  
DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
BAJU MEREK "MJC" DENGAN KEPERCAYAAN MEREK  
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

(Studi pada Konsumen Murni Jaya Collection Kudus)

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



## Motto :

Kami telah membuat waktu siang untuk mengusahakan kehidupan (bekerja)  
**(QS. An-Naba: 11)**



## KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena dengan rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi sebagai salah satu syarat untuk sebagai salah satu syarat menyelesaikan Sarjana Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus. Selama proses penyusunan hingga penyelesaian skripsi ini, penulis telah mendapatkan bantuan dari banyak pihak, sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si, selaku Rektor Universitas Muria Kudus
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus
3. Nurul Rizka Arumsari, SE, MM., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Dina Lusianti, SE.,MM., AAK. selaku Dosen Pembimbing I yang telah sabar dalam memberikan bimbingan dan pengarahan kepada peneliti dalam penyusunan hingga menyelesaikan skripsi ini.
5. Indah Dwi Prasetyaningrum, SE., MM., selaku Dosen Pembimbing II yang bersedia memberikan bimbingan dan pengarahan kepada peneliti dengan penuh kesabaran dari penyusunan hingga menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh dosen pengajar dan staff karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus atas bekal ilmu, bantuan pelayanan dan kerjasamanya selama perkuliahan hingga sampai saat ini.

7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan yang telah membantu dalam penyusunan hingga penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa hasil penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, maka dari itu kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan. Semoga segala bantuan dan kebaikan yang penulis dapatkan, diberikan limpahan balasan dari Allah SWT. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.



## **ABSTRAKSI**

# **PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BAJU MEREK “MJC” DENGAN KEPERCAYAAN MEREK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

**(Studi pada Konsumen Murni Jaya Collection Kudus)**

**Novayana Candra Prayoga**

**NIM. 2016-11-489**

Dosen Pembimbing : 1. Dina Lusianti, SE.,MM., AAK.  
2. Indah Dwi Prasetyaningrum, SE., MM.

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

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek, kualitas produk, dan desain produk terhadap keputusan pembelian baju merek “mjc” dengan kepercayaan merek. Penelitian ini menggunakan dua variabel endogen, yaitu keputusan pembelian dan kepercayaan merek, serta tiga variabel eksogen, yaitu citra merek, kualitas produk, dan desain produk. Pada penelitian ini pengumpulan data menggunakan metode kuesioner. Sedangkan sampel penelitian dalam penelitian sebesar 110 responden dengan teknik *accidental sampling*. Analisis data yang digunakan (SEM) *Structual Equatuion Modeling* yang di operasikan melalui program AMOS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek, kualitas produk, dan desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan kepercayaan merek.

**Kata kunci:** citra merek, kualitas produk, desain produk, keputusan pembelian, kepercayaan merek.

## **ABSTRACT**

### **THE EFFECT OF BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY, AND PRODUCT DESIGN ON THE PURCHASE DECISION OF "MJC" BRAND CLOTHES WITH BRAND TRUST AS INTERVENING VARIABLES** *(Study on Pure Jaya Collection Kudus Consumers)*

Novayana Candra Prayoga

NIM. 2016-11-489

Dosen Pembimbing :

1. Dina Lusianti, SE.,MM., AAK.
2. Indah Dwi Prasetyaningrum, SE., MM.

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS**  
**FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS STUDY PROGRAM**  
**OF MANAGEMENT**

*This study aims to analyze the effect of brand image, product quality, and product design on purchasing decisions for "MJC" brand clothes with brand trust. This study uses two endogenous variables, namely purchasing decisions and brand trust, as well as three exogenous variables, namely brand image, product quality, and product design. In this study data collection using a questionnaire method. While the research sample in this study amounted to 110 respondents with accidental sampling technique. Analysis of the data used (SEM) Structural Equatuation Modeling which is operated through the AMOS program. The results showed that brand image, product quality, and product design had a positive and significant effect on purchasing decisions with brand trust.*

*Keywords:* brand image, product quality, product design, purchase decision, brand trust

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAKSI .....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Ruang Lingkup .....	7
1.3. Rumusan Masalah .....	8
1.4. Tujuan Penelitian.....	9
1.5. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	11
2.1. Keputusan Pembelian .....	11
2.2. Kepercayaan Merek.....	25
2.3. Citra Merek.....	28
2.4. Kualitas Produk .....	31
2.5. Desain Produk .....	35
2.6. Pengaruh Antar Variabel .....	38
2.7. Penelitian Terdahulu.....	46
2.8. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	49
2.9. Hipotesis.....	50
BAB III METODE PENELITIAN.....	52
3.1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	52

3.2. Populasi dan Sampel.....	56
3.3. Jenis dan Sumber Data .....	57
3.4. Metode Pengumpulan Data .....	59
3.5. Uji Instrumen.....	60
3.6. Teknik Analisis Data .....	62
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>71</b>
4.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	71
4.2. Penyajian Data .....	71
4.3. Uji Instrumen .....	76
4.4. Analisis Data .....	77
4.5. Pembahasan.....	98
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>111</b>
5.1. Kesimpulan.....	111
5.2. Saran.....	111

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Data Pembeli Gamis Murni Jaya Collection .....	4
Tabel 3.1. Uji <i>Goodness of Fit Indices</i> .....	69
Tabel 4.1. Karakteristik Responden.....	72
Tabel 4.2. Deskripsi Variabel Citra Merek .....	72
Tabel 4.3. Frekuensi Variabel Kualitas Produk .....	73
Tabel 4.4. Frekuensi Variabel Desain Produk .....	74
Tabel 4.5. Frekuensi Variabel Kepercayaan Merek.....	75
Tabel 4.6. Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian.....	75
Tabel 4.7. Hasil Pengujian <i>Contract Reliability</i> Dan <i>Variance Extracted</i> .....	76
Tabel 4.8. Diskriminant Validity .....	78
Tabel 4.9. Uji Normalitas Data.....	79
Tabel 4.10. Uji <i>Outliers</i> .....	79
Tabel 4.11. Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Variabel Eksogen.....	82
Tabel 4.12. <i>Loading Factors</i> ( $\lambda$ ) Pengukuran Variabel Eksogen .....	84
Tabel 4.13. Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Variabel Endogen (Y).....	85
Tabel 4.14. <i>Loading Factors</i> ( $\lambda$ ) Pengukuran Variabel Endogen (Y) .....	86
Tabel 4.15. Pengujian Kesesuaian Analisis <i>Full Measurement</i> .....	88
Tabel 4.17. Regression Weights .....	86
Tabel 4.18. <i>Standarized Regression Weight</i> .....	86
Tabel 4.19. Koefisien Determinasi ( <i>Squared Multiple Correlation</i> ).....	88
Tabel 4.20. Hasil <i>Regression Weight</i> .....	92
Tabel 4.21. Besar <i>Total Effect</i> .....	95

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	50
Gambar 4.1. Variabel Eksogen Sebelum Perbaik .....	81
Gambar 4.2. Variabel Eksogen Setelah Perbaikan .....	82
Gambar 4.3. Variabel Endogen .....	83
Gambar 4.4. Analisis Full Model .....	87



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Lampiran 2. Data Hasil Kuesioner Responden

Lampiran 3. Frekuensi Data

Lampiran 4. Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 5. Analisis Data

