



**PENGARUH CITRA MEREK, LOYALITAS MEREK, DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU MEREK ADIDAS (STUDI KASUS MAHASISWA REGULER UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

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

Oleh :

**FRISKA WARYANTO**

**NIM. 2015-11-231**

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

**TAHUN 2019**

**PENGARUH CITRA MEREK, LOYALITAS MEREK, DESAIN  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU  
MEREK ADIDAS (STUDI KASUS MAHASISWA REGULER)  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

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

Kudus , 05 Agustus 2019

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

Pembimbing I

Dina Lusianti,SE,MM,AAK

NIDN.0630098401

Dr.H.Mochamad Edris,Drs.MM

NIDN.0618066201

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Pembimbing II



Dr.H.Mochamad Edris,Drs.MM

NIDN.0618066201

Mia Ajeng Alifiana,SE.MBA

NIDN.0601058303

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **Motto :**

“Barang siapa yang bersungguh sungguh, sesungguhnya kesungguhan tersebut untuk kebaikan dirinya”

- Qs. Al-Ankabut: 6 -

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain”

(Q.S Al-Insyirah 6-7)-

“Sungguh maha lembut Allah. Dia tidak akan menguji dan memberatkan hambaNya dengan sesuatu apapun di luar kemampuannya ”

- Al Baqarah ayat 286-

### **Persembahan :**

1. Bapak dan ibuku yang selalu ku sayangi.
2. Seluruh keluarga besarku.
3. Sahabat seperjuanganku semuanya.
4. Almamaterku.

## **KATA PENGANTAR**

Rasa Syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, rahmat serta karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar dan baik. Skripsi ini bertujuan untuk memenuhi tugas akhir guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Dalam penulisan skripsi ini, penulis selalu mendapatkan bimbingan, dorongan, serta semangat dari banyak pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Mochammad Edris, Drs. MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus sekaligus Dosen Pembimbing I
2. Ibu Dina Lusianti, SE., MM., AAK., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Ibu Mia Ajeng Alifiana, SE, MBA, selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan pengaruhnya dalam penyusunan skripsi ini.
4. Segenap dosen pengajar dan karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus atas bimbingan, bantuan pelayanan dan kerjasamanya.
5. Seluruh responden yaitu karyawan bagian produksi di Asuransi Bumi Putra Kudus
6. Kedua orangtua yang telah memberikan dorongan dan doa sehingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, dan banyak kekurangan baik dalam metode penulisan maupun dalam pembahasan materi. Hal tersebut dikarenakan keterbatasan kemampuan penulis, sehingga penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dan mudah-mudahan dikemudian hari dapat memperbaiki segala kekurangannya.. Semoga segala bantuan dan kebaikan tersebut mendapat limpahan balasan dari Allah SWT.



## **ABSTRAKSI**

# **PENGARUH CITRA MEREK, LOYALITAS MEREK, DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU MEREK ADIDAS (STUDI KASUS MAHASISWA REGULER UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

**FRISKA WARYANTO**

**NIM. 2015-11-231**

Dosen Pembimbing : 1. Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM.  
2. Mia Ajeng Alifiana, SE, MBA

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

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh signifikan citra merek, loyalitas merek dan desain produk terhadap keputusan pembelian sepatu merek Adidas pada mahasiswa regular di Universitas Muria Kudus. Dimana terdapat tiga variabel bebas, yaitu citra merek, loyalitas merek dan desain produk serta satu variabel terikat, yaitu keputusan pembelian. Penelitian ini dilakukan dengan menyebar kuesioner terhadap mahasiswa reguler di Universitas Muria Kudus yang membeli sepatu merek Adidas.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel citra merek, loyalitas merek, dan desain produk secara parsial terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu merek Adidas pada mahasiswa regular di Universitas Muria Kudus. Citra merek, loyalitas merek, dan desain produk secara berganda terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu merek Adidas pada mahasiswa regular di Universitas Muria Kudus. Loyalitas merek memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap keputusan pembelian sepatu merek Adidas pada mahasiswa regular di Universitas Muria Kudus. Desain produk memiliki pengaruh paling rendah terhadap keputusan pembelian sepatu merek Adidas pada mahasiswa regular di Universitas Muria Kudus.

Kata kunci: Citra merek, loyalitas merek, desain produk, keputusan pembelian.

## **ABSTRACT**

### **THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, BRAND LOYALTY, PRODUCT DESIGN OF PURCHASE DECISION OF ADIDAS BRAND SHOES (CASE STUDY OF REGULAR STUDENTS OF THE MURIA KUDUS UNIVERSITY)**

**FRISKA WARYANTO**

**NIM. 2015-11-231**

Dosen Pembimbing : 1. Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM.  
2. Mia Ajeng Alifiana, SE, MBA

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
FACULTY OF ECONOMIC AND BUSINESS MANAGEMENT**

*This study aims to determine the significant influence of brand image, brand loyalty and product design on the purchasing decision of Adidas brand shoes for regular students at Muria Kudus University. Where there are three independent variables, namely brand image, brand loyalty and product design as well as one dependent variable, namely purchasing decisions. This research was conducted by distributing questionnaires to regular students at Muria Kudus University who bought Adidas brand shoes.*

*The results showed that the variable brand image, brand loyalty, and product design partially proved to have a significant influence on the purchasing decision of Adidas brand shoes for regular students at Muria Kudus University. Brand image, brand loyalty, and multiple product designs have been shown to have a significant influence on purchasing decisions for Adidas brand shoes for regular students at Muria Kudus University. Brand loyalty has the most dominant influence on the decision to purchase Adidas brand shoes on regular students at Muria Kudus University. Product design has the lowest influence on purchasing decisions for Adidas brand shoes on regular students at Muria Kudus University.*

*Keywords:* *Brand image, brand loyalty, product design, purchasing decisions.*

## D A F T A R I S I

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAKSI.....	vi
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 .....	6
1.3. Perumusan Masalah.....	6
1.4. Tujuan Penelitian.....	7
1.5. Kegunaan Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	9
2.1. Keputusan Pembelian .....	9
2.2. Citra Merek .....	12
2.3. Loyalitas Merek .....	15
2.4. Desain Produk .....	18
2.5. Hubungan Antar Variabel .....	20
2.6. Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	22

	Halaman
2.7. Kerangka Pemikiran Teoritis dan Hipotesis .....	26
2.8. Hipotesis .....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>28</b>
3.1. Rancangan Penelitian .....	28
3.2. Variabel Penelitian .....	28
3.3. Definisi Operasional .....	29
3.4. Jenis dan Sumber Data .....	30
3.5. Populasi dan Sampel.....	31
3.6. Pengumpulan Data.....	33
3.7. Uji Instrumen .....	33
3.8. Pengolahan Data.....	34
3.9. Analisis Data .....	35
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>39</b>
4.1. Penyajian Data .....	39
4.2. Uji Instrumen .....	44
4.3. Analisis Data .....	47
4.4. Pembahasan.....	53
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>57</b>
5.1. Kesimpulan.....	57
5.2. Saran-saran .....	58

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Data Penjualan Sepatu Tahun 2013 – 2018 .....	2
Tabel 1.2. Top Brand Sepatu 2018 .....	2
Tabel 4.1. Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	39
Tabel 4.2. Pengelompokan Responden Berdasarkan Fakultas .....	39
Tabel 4.3. Frekuensi Variabel Citra Merek .....	41
Tabel 4.4. Frekuensi Variabel Loyalitas Merek.....	42
Tabel 4.5. Frekuensi Variabel Desain Produk .....	43
Tabel 4.6. Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian .....	44
Tabel 4.7. Hasil Pengujian Validitas .....	46
Tabel 4.8. Hasil Pengujian Reliabilitas .....	46
Tabel 4.9. Hasil Analisis Regresi.....	47
Tabel 4.10. Hasil Analisis Parsial (signifikansi $\alpha = 0,5\%$ uji dua sisi) .....	48
Tabel 4.11. Hasil Pengujian Berganda (dengan Signifikansi $\alpha=5\%$ ) .....	51
Tabel 4.12. Nilai <i>Adjusted R Square</i> .....	52

## **DAFTAR GAMBAR**

Halaman

Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran Teoritis ..... 26



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Lampiran 2. Data Hasil *Try Out*

Lampiran 3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 4. Data Hasil Kuesioner Responden

Lampiran 5. Frekuensi Data

Lampiran 6. Hasil Regresi

Lampiran 7. Tabel T, F, R

