



**“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, DESAIN PRODUK, DAN
BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU
MEREK NIKE DENGAN MEDIASI MINAT BELI” (Studi kasus pada
Mahasiswa ProgdI Manajemen S1 angkatan tahun 2016 dan 2017 Universitas
Muria Kudus)**

Diajukan Oleh:

RIZAL WAHYU MAHENDRA

NIM. 2016-11-417

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

2020



**“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, DESAIN PRODUK, DAN
BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU
MEREK NIKE DENGAN MEDIASI MINAT BELI” (Studi kasus pada
Mahasiswa Progdil Manajemen S1 angkatan tahun 2016 dan 2017 Universitas
Muria Kudus)**

Oleh:

RIZAL WAHYU MAHENDRA

NIM. 2016-11-417

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

2020



**“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, DESAIN PRODUK, DAN
BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU
MEREK NIKE DENGAN MEDIASI MINAT BELI” (Studi kasus pada
Mahasiswa Prodi Manajemen S1 angkatan tahun 2016 dan 2017 Universitas
Muria Kudus)**

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

Oleh:

RIZAL WAHYU MAHENDRA

NIM. 2016-11-417

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

2020

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, DESAIN PRODUK, DAN
BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU
MEREK NIKE DENGAN MEDIASI MINAT BELI” (Studi kasus pada
Mahasiswa ProgdI Manajemen S1 angkatan tahun 2016 dan 2017 Universitas
Muria Kudus)**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Program S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, Juli 2020

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen Pembimbing 1



Dina Lusianti, SE.,MM., AAK
NIDN. 0630098401




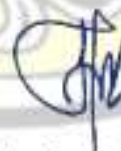
Dr. Supriyono, SE, MM.
NIDN. 0614037104

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Pembimbing 2




Dr. H. M. G. Hamad Edris., Drs., MM
NIDN. 0618066201



Dina Lusianti, SE.,MM.,AAK
NIDN.0630098401

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rizal Wahyu Mahendra

NIM : 201611417

Program studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Mengungkapkan dengan sangat sebena-benarnya kalau penelitian sekripsi yang sedang saya kerjakan ini, adalah hasil sebuah karya saya sendiri yang terbebas dari plagiat dari karya-karya seseorang. Kemudian isi tulisan dan juga pendapat orang lain, diteruskan sesuai caranya didalam penulissan karya Ilmiah yang berlaku. Apabila nantinya suatu hari terbukti atau juga mampu dibuktikan bahwa sekripsi ini terdapat ciri-ciri plagiat dan juga suatu bentuk peniruan lainnya, yang dianggap melanggar aturan yang berlaku, maka saya siap menerima sanksi atas perbuaatan saya ini.

Kudus, Juli 2020

Penyusun,

Rizal Wahyu M.

MOTTO DAN PEMBAHASAN

Motto:

“JAWABAN DARI SEBUAH KEBERHASILAN ADALAH TERUS BELAJAR
DAN TIDAK TIDAK KENAL PUTUS ASA, GAGAL ITU BUKAN
KEBERHASILAN YANG TERTUNDA, TAPI GAGAL ITU SEBUAH PROSES
UNTUK BERHASIL”.

Persembahan:

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua saya. Ibu Sri Wahyuni dan Bapak Aslori dan juga dua saudara saya Mas Agung Fajar dan Mbak Deasy Bunga sudah memberi pengetahuan ke saya hingga sampai jenjang pendidikan sarjana dengan penuh ikhlas kemudian selalu mendoakan sepenuh hati serta juga memberi dorongan yang penuh untuk pendidikan saya selama ini, di berbagai jenjang di manapun tempatnya.
2. Kemudian semua dosen khususnya fakultas Ekonomi dan Bisnis prodi Manajemen yang penuh ikhlas serta lapang dada membimbing serta memberi ilmu.
3. Dan semua teman angkatan 2016, khususnya: teman dekat dalam mengerjakan skripsi, sahabat satu kontrakan, dan juga teman-teman di team Futsal yang telah bersama-sama selama hampir 4 tahun ini.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Allah SWT, yang sudah nelimpahkan banyak rahmat, hidayah, dan juga berkah-Nya, sampai-sampai peneliti memperoleh bimbingan dn kemudahan dalam menyelesaikan Sekripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Nike Dengan Mediasi Minat Beli”. (Studi kasus pada Mahasiswa Progdil Manajemen S1 angkatan tahun 2016 dan 2017 Universitas Muria Kudus) Sekripsi ini ialah suatu tuntutan pendidikan untuk mengakhiri Pendidikan S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Didalam menulis sekripsi disini peneliti begitu berlebih memperoleh pertolongan sama banyak orang yang langsung ataupun juga yang tidak langsung. Oleh sebab itu atas demua kerendahan hati peneliti megucapkan trimakasih untuk:

1. Dr. Suparno, SH., MS., selaku Rektor Universitas Muria Kudus yang telah memberi peluang belajar untuk meneliti.
2. Dr. H Mochamad Edris, Drs., MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Dina Lusianti, SE., MM., AAK., selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Universitas Muria Kudus.
4. Dr. Supriyono, SE, MM, selaku dosen pembimbing I yang sudah membantu membimbing serta memberikan msukan kepda peneliti.

5. Dina Lusianti, SE., MM., AAK, selaku dosen pembimbing II yang juga sudah teliti dan juga memberikan banyak masukan kepada peneliti.

6. Keluarga yang sudah memberikan doa, dorongan, serta dukungan berupa motivasi, serta penyemangat bagi peneliti guna untuk menyelesaikan kuliah tepat pada waktunya.

7. Semua teman-teman, sahabat, angkatan 2016 khususnya serta teman terdekat saya atas dukungan serta semangatnya yang begitu berarti dan tidak lupa juga semua pihak yang telah begitu banyak membantu peneliti dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat peneliti sebutkan satu-persatu.

Peneliti memahi kalau didalam penulisan sekripsi ini masih banyak sekali kurangnya serta juga jauh dari keistimewaan. Oleh sebab itu penilaian serta saran-sarannya yang bisa membentuk penyusunan dihindarkan untuk menyempurnakan sekripsi ini. Mudah-mudahan semua orang yang sudah menolong didalam menyusun sekripsi ini dilancarkan semua urusannya.

Kudus, Juli 2020

Peneliti,

Rizal Wahyu Mahendra
201611417

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, DESAIN PRODUK, DAN
BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU
MEREK NIKE DENGAN MEDIASI MINAT BELI” (Studi kasus pada
Mahasiswa Progdil Manajemen S1 angkatan tahun 2016 dan 2017 Universitas
Muria Kudus)**

Rizal Wahyu Mahendra

2016-11-417

Pembimbing 1 : Dr. Supriyono, SE, MM,

Pembimbing 2 : Dina Lusianti, SE., MM., AAK,

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI

ABSTRAKSI

Mengenai masalah rendahnya keputusan pembelian hal ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh kualitas produk, desain produk, dan *brand image* terhadap keputusan pembelian sepatu merek Nike melalui mediasi minat beli. Dimana yang diajukan disini variable dependent, independent, serta juga mediasi yaitu, kualitas produk, desain produk, dan *brand image* sebagai variabel independen, minat beli sebagai variabel mediasi, serta keputusan pembelian menjadi sebagai variabel dependen.

Penelitian ini mengambil populasi mahasiswa progdi Manajemen S1 angkatan tahun 2016 dan 2017 Universitas Muria Kudus, juga sample sebesar 125 respondent. Pengujian penelitian disini pun memakai Pengujian validitas, reliabilitas, serta juga uji hipotesisi. olahan data memakai *edit, Kode, penilaian, dan tabulating*. Analisis data menggunakan teknik sem-amos.

Disimpulan kalau kualitas produk memiliki pengaruh positif serta signifikan kepada minat beli serta kepada Keputusan pembelian. Desain produk memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan kepada minat beli dan signifikan terhadap keputusan pembelian. *Brand image* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat beli dan positif signifikan ke keputusan pembelian. Minat beli juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian melalui mediasi minat beli. Desain produk dan brand image berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian melalui mediasi minat beli.

Kata kunci : kualitas produk, desain produk, *brand image*, minat beli, keputusan pembelian

ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRODUCT DESIGN, AND BRAND IMAGES ON PURCHASE DECISIONS OF NIKE BRAND SHOES WITH MEDIATION OF INTEREST IN BUYING ”(Case study on Management Program Students of the 2016 and 2017 University of Muria Kudus University)

Rizal Wahyu Mahendra

2016-11-417

Adviser: 1 : Dr. Supriyono, SE, MM,

2 : Dina Lusianti, SE., MM., AAK,

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

Abstract

The low level of purchasing decision it is meant to analyse the impact of the product quality, product design and the brand image on the Nike shoes brand purchasing decision via purchasing interest. We use dependent variables, independent and also mediation of the product quality which is product design and the independent variable, variable interest in purchasing as mediation, as well as the purchase decision be like dependent variable.

This research took Bachelors degree students of 2016 and 2017 in management major as populations at University Muria Kudus, as many as 125 respondents sample. The test used validity, reliability and hypothesis test. Data processing used editing, coding, scoring, and tabulating. Data analysis used the sem-amos technique.

The conclusion is product quality has a positive impact and significantly correlated with purchasing interest and purchasing decisions. Product design has a positive impact but not significantly to purchasing interest and significantly positive to purchasing decisions. Brand image has negative effects and is insignificant to purchasing decisions. Purchasing interest has positive and is significant to purchasing decision. Product quality has a positive impact and is significant to purchasing decisions by purchasing interest mediation. Product design and brand image has a positive impact but insignificant to purchasing decisions by purchasing interest mediation.

Keyword : product quality, product design, brand image, purchasing interest, purchasing decision

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAHAN PENGESAHAN.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
RINGKASAN/BSTRAKSI.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	<i>vvi</i>
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Ruang Lingkup.....	16
1.3 Perumusn Masalah.....	17
1.4 Tujuan Penelitian.....	19
1.5 Manfaat Penelitian.....	19
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	21
2.1 Keputusan Pembelian.....	21
2.2 Minat Beli.....	27
2.3 Kualitas Produk.....	30
2.4 Desain Produk.....	32
2.5 <i>Brand Image</i>	34
2.6 Penelitian Terdahulu.....	38
2.7 Pengaruh Antar Variabel.....	43
2.8 Kerangk Piki Teoritis.....	50
2.9 Uji Hipotesis.....	51

BAB III METODE PENELITIAN.....	53
3.1 Rancangn Penelitian	53
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	54
3.3 Jenis dan Sumber Data	61
3.4 Populasi dan Sampel	63
3.5 Pengumpulan Data	64
3.6 Pengolahan Data	66
3.7 Uji Instrumen Penelitian.....	67
3.8 Analisis Data.....	70
3.9 Uji Hipotesis.....	80
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	81
4.1 Hasil Penelitian.....	81
4.2 Pengajian Data.....	83
4.3 Analisis Data.....	92
4.4 Uji Noemalitas	100
4.5 Uji Hipotesisi.....	102
4.6 Pengaruh Langsung Direct dan Tidak Langsung Indirect	105
4.7 Uji Mediasi	106
4.8 Pembahasan	108
BAB V PENUTUP.....	118
5.1 Kesimpulan.....	118
5.2 Saran	120
DAFTAR PUSTAKA	123
LAMPIRAN.....	126

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Top Brand Index</i> 2016-2019	11
Tabel 1.2 Data Penjualan Sepatu Lembaga Penelitian MARS	13
Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	68
Tabel 3.2 Total <i>Index Goodness-of-fit</i>	78
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	84
Tabel 4.2 Usia Responden	85
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Terhadap Kualitas Produk	86
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Terhadap Desain Produk.....	87
Tabel 4.5 Deskripsi Responden Terhadap <i>Brand Image</i>	88
Tabel 4.6 Deskripsi Responden Terhadap Minat Beli	90
Table 4.7 Deskripsi Responden Terhadap Keputusan Pembelian	91
Table 4.8 Uji Model <i>Goodness-of-fit</i> variabel Eksogen.....	94
Tabel 4.9 Analisis Konfirmatori Konstruk Eksogen.....	95
Table 4.10 Uji Model <i>Goodness-of-fit</i> variabel Endogen	97
Table 4.11 Analisis Konfirmatori Konstruk Endogen	97
Table 4.12 Uji Model <i>Goodness-of-fit</i>	99
Tabel 4.13 Uji Normalitas	101
Tabel 4.14 Maximum Likelihood Estimates	102
Tabel 4.15 Hasil Estimate Direct Effect	105
Tabel 4.16 Hasil Estimate Indirect,Direct, dan Total Effect.....	106

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Desain Sepatu Nike	9
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	50
Gambar 4.1 Hasil Konfirmatori Keseluruhan Variable Eksogen	94
Gambar 4.2 Hasil Konfirmatori Keseluruhan Variable Indogen	96
Gambar 4.3 Model Path Diagram Hasil Penelitian	99

