



**PENGARUH PERSEPSI HARGA, DESAIN PRODUK, CITRA MEREK,
PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN (STUDI KASUS PRODUK SEPATU LOKAL MEREK
AEROSTREET DI KUDUS)**

Oleh:

Ali Ahmadi

202011251

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2024**



**PENGARUH PERSEPSI HARGA, DESAIN PRODUK, CITRA MEREK,
PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN (STUDI KASUS PRODUK SEPATU LOKAL MEREK
AEROSTREET DI KUDUS)**

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

Oleh:

Ali Ahmadi

202011251

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2024**

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, DESAIN PRODUK, CITRA MEREK,
PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN (STUDI KASUS PRODUK SEPATU LOKAL MEREK
AEROSTREET DI KUDUS)**

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

Kudus,

2024

Dosen Pembimbing I


(Dr. Drs. Joko Utomo, M.M.)
NIDN. 0625076401

Dosen Pembimbing II


(Hutomo Rusdianto, S.E., MBA., QWM)
NIDN. 0619108502

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen


(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)
NIDN. 0024037701

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, DESAIN PRODUK, CITRA MEREK,
PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN (STUDI KASUS PRODUK SEPATU LOKAL MEREK
AEROSTREET DI KUDUS)**

Nama : Ali Ahmadi

NIM : 202011251

Program Studi : Manajemen

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

Kudus, 2024

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen

Pembimbing I


(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M.)
NIDN. 0024037701


(Dr. Drs. Joko Utomo, M.M.)
NIDN. 0625076401

Mengetahui,

Pembimbing II




(Dr. Hartati Sumekar, S.E., M.M.)
NIDN. 0616077304


(Hutomo Rusdianto, S.E., MBA., QWM)
NIDN. 0619108502

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

Dan barangsiapa yang bertakwa kepada Allah, niscaya Allah menjadikan baginya kemudahan dalam urusannya.

-Q.S At-Talaq ayat 4-

Maka sesungguhnya Bersama kesulitan itu ada kemudahan.

Sesungguhnya Bersama kesulitan itu ada kemudahan.

-Q.S Al-Insyirah ayat 5-6-

Tidak ada mimpi yang gagal, yang ada hanyalah mimpi yang tertunda, tapi jika engkau merasa mimpimu gagal, jangan khawatir, mimpi-mimpi lain bisa diciptakan.

-Windah Basudara-

Persembahan:

Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Allah SWT tuhan Yang Maha Esa.
2. Diri sendiri yang telah berjuang sampai saat ini
3. Yang meridhoi, Kedua orang tua tercinta.
4. Teman-teman seperjuangan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT tuhan Yang Maha Esa yang telah senantiasa memberikan rahmatnya serta ridhonya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Persepsi Harga, Desain Produk, Citra Merek, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Produk Sepatu Lokal Merek Aerostreet Di Kudus)”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Penulis sangat menyadari bahwa skripsi ini tidak akan selesai tanpa adanya bimbingan serta nasehat dari berbagai pihak, maka penulis sampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Prof. Ir. Darsono, M.Si selaku Rektor Universitas Muria Kudus
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
3. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen
4. Dr. Drs. H. Joko Utomo, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing pertama yang telah meluangkan waktu, bimbingan, perhatian selama menyelesaikan skripsi.
5. Hutomo Rusdianto, S.E., MBA., QWM., AWM., CBV selaku Dosen Pembimbing kedua yang telah meluangkan waktu, bimbingan, perhatian selama menyelesaikan skripsi.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan bekal ilmu dan pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis selama masa perkuliahan.

7. Kepada kedua orang tua tercinta dan seluruh keluarga besar. Terima kasih Bapak dan Ibu telah memberikan dukungan, motivasi, semangat, kasih sayang, materi, do'a, dan waktu yang diberikan.
8. Kepada teman-teman seperjuanganku seluruh mahasiswa manajemen Angkatan 2020 tak lupa buat Fadrik, Wahyu, Alan, Aniq, Badawi, Faiz, Mas'ud, Nopal, Wisnu, Negi, dan lainnya.

Dalam penulisan skripsi, penulis sudah berusaha dengan maksimal dengan kerendahan hati penulis jika masih terdapat banyak kekurangan, maka kritik dan saran bersifat membangun dari pembaca sangat penulis harapkan untuk menyempurnakan skripsi ini kedepannya. Demikian penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Kudus, 2024
Penulis

Ali Ahmadi
202011251

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, DESAIN PRODUK, CITRA MEREK,
PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN (STUDI KASUS PRODUK SEPATU LOKAL MEREK
AEROSTREET DI KUDUS)**

ALI AHMADI
202011251

Pembimbing 1: Dr. Drs. Joko Utomo, M.M.

Pembimbing 2: Hutomo Rusdianto S.E., MBA., QWM., CBV.

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

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi harga, desain produk, citra merek, promosi dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen sepatu lokal merek Aerostreet di Kudus. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen produk sepatu Aerostreet yang berdomisili di kabupaten Kudus. Metode penentuan sampel menggunakan pendekatan *puspositive sampling* dengan rumus Roscoe yang berjumlah 120 Responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan alat uji SPSS versi 26.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial persepsi harga tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat beli, desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, promosi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat beli dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Sedangkan secara simultan persepsi harga, desain produk, citra merek, promosi dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

Kata Kunci: Persepsi Harga, Desain Produk, Citra Merek, Promosi, Kualitas Produk, Minat Beli.

***THE INFLUENCE OF PRICE PERCEPTIONS, PRODUCT DESIGN,
BRAND IMAGE, PROMOTION AND PRODUCT QUALITY ON CONSUMER
BUYING INTEREST (CASE STUDY OF LOCAL SHOE PRODUCTS FROM
AEROSTREET BRAND IN KUDUS)***

ALI AHMADI

202011251

Advisor 1 : Dr. Drs. Joko Utomo, M.M.

Advisor 2 : Hutomo Rusdianto S.E., MBA., QWM., CBV.

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

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of price perception, product design, brand image, promotion and product quality on consumer buying interest in local Aerostreet brand shoes in Kudus. The population in this study were all consumers of Aerostreet shoe products who live in Kudus Regency. The sampling method used a purposive sampling approach with the Roscoe formula, totaling 120 respondents. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis with the SPSS version 26.0 test tool. The results of this study indicate that partially price perception has no and insignificant effect on purchase interest, product design has a positive and significant effect on purchase interest, brand image has a positive and significant effect on purchase interest, promotion has a negative and insignificant effect on purchase interest and product quality positive and significant effect on purchase interest. Meanwhile, simultaneously price perception, product design, brand image, promotion and product quality have a positive and significant effect on purchase interest.

Keywords: Price Perception, Product Design, Brand Image, Promotion, Product Quality, Purchase Intention.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAKSI	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Ruang Lingkup	12
1.3 Perumusan Masalah.....	12
1.4 Tujuan Penelitian.....	14
1.5 Manfaat Penelitian.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1 <i>Grand Theory</i>	17
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	17
2.2 Landasan Teori	18
2.2.1 Minat Beli	18
2.2.2 Persepsi Harga.....	20
2.2.3 Desain Produk	24

2.2.4	Citra Merek	27
2.2.5	Promosi	29
2.2.6	Kualitas Produk.....	32
2.3	Penelitian Terdahulu	34
2.4	Pengaruh Antar Variabel.....	38
2.5	Kerangka Pemikiran Teoritis	41
2.6	Hipotesis	42
BAB III METODE PENELITIAN.....		44
3.1	Rancangan Penelitian	44
3.2	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	44
3.3	Jenis dan Sumber Data	48
3.4	Populasi dan Sampel	49
3.5	Pengumpulan Data	51
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas	51
3.7	Pengolahan Data.....	52
3.8	Analisis Data	53
3.8.1	Uji Statistik Deskriptif	53
3.8.2	Uji Asumsi Klasik	54
3.8.3	Analisis Regresi Linier Berganda	56
3.8.4	Uji Hipotesis	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		60
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	60
4.2	Penyajian Data.....	61
4.2.1	Karakteristik Responden	61
4.2.2	Deskriptif Variabel Penelitian	64

4.3	Analisis Data	69
4.3.1	Uji Validitas.....	69
4.3.2	Uji Reliabilitas	70
4.3.3	Analisis Statistik Deskriptif	71
4.3.4	Uji Asumsi Klasik	73
4.3.5	Analisis Regresi Linier Berganda	76
4.3.6	Uji Hipotesis	78
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian.....	83
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		87
5.1	Kesimpulan.....	87
5.2	Saran	88
DAFTAR PUSTAKA		89
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....		94

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Volume dan Nilai Ekspor Industri Kulit dan Alas Kaki Indonesia (2015-2022).....	2
Tabel 1.2 Data Penjualan Sepatu Seri Biasa dan Kolaborasi	6
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	61
Tabel 4.2 Usia Responden.....	62
Tabel 4.3 Domisili Responden	63
Tabel 4.4 Pendapatan Responden.....	64
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Variabel Persepsi Harga	65
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Variabel Desain Produk.....	65
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Variabel Citra Merek	66
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Variabel Promosi	67
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Variabel Kualitas Produk.....	67
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Variabel Minat Beli	68
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas.....	69
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas	70
Tabel 4.13 Hasil Uji Statistik Deskriptif	71
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinieritas	73
Tabel 4.15 Hasil Uji Autokorelasi.....	74
Tabel 4.16 Hasil Uji Heteroskedastisitas	75
Tabel 4.17 Hasil Uji Normalitas.....	76
Tabel 4.18 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	77
Tabel 4.19 Hasil Uji t	79
Tabel 4.20 Hasil Uji F	81
Tabel 4.21 Hasil Uji R^2	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Ekspor Industri Sepatu Lokal	3
Gambar 1.2 Data Survey Sneakers Yang Paling Diminati	7
Gambar 1.3 Data Survey Seneakers Yang Paling Disukai	8
Gambar 1.4 Perbandingan Minat Sering Waktu Aerostreet dengan Pesaingnya	9
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	42

