

**PENGARUH CITRA MEREK, PRESEPSI KUALITAS DAN HARGA
TERHADAP MINAT BELI SEPATU CONVERSE
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA STIESIA)**



Oleh:

DEWA PUTU KRISHNA HARRY

1210205576

Prodi : Manajemen

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia

(STIESIA) Surabaya

2017

**PENGARUH KESADARAN MEREK, PRESEPSI KUALITAS DAN
HARGA TERHADAP MINAT BELI SEPATU CONVERSE
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA STIESIA)**

**Skripsi Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi: Manajemen
Konsentrasi: Manajemen Pemasaran**

Oleh:

DEWA PUTU KRISHNA HARRY

1210205576

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia

(STIESIA) Surabaya

2017

**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI KUALITAS DAN
HARGA TERHADAP MINAT BELI SEPATU CONVERSE
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA STIESIA)**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

**DEWA PUTU KRISHNA HARRY
NPM : 12.1.02.05576**

Telah Dipertahankan Didepan Tim Penguji
Pada Tanggal 18 Maret 2017

Susunan Tim Penguji :

Ketua : Dr. Triyonowati, M.Si.

Anggota : 1. Dr. Prijati, S.E., M.M.

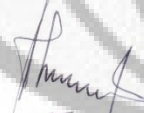
2. Dra. Ec. Sri Utiyati, M.M.

Dinyatakan memenuhi syarat dan diterima

Oleh:

Dosen Pembimbing

Ketua Program Studi S1 Manajemen


Dr. Prijati, S.E., M.M.


Dr. Triyonowati, M.Si.

Ketua STIESIA


Dr. Akhmad Ridwan, S.E., M.S.A., Ak., CA.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : DEWA PUTU KRISHNA HARRY

N.P.M. : 12.1.02.05576

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI KUALITAS DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI SEPATU CONVERSE (STUDI KASUS PADA MAHASISWA STIESIA) dan diajukan untuk diuji pada tanggal 18 Maret 2017, adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian hari terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya batal saya terima.

Surabaya, 18 Maret 2017

Yang membuat pernyataan,



Dewa Putu Krishna Harry

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. MAHASISWA

Nama : Dewa Putu Krishna Harry
NPM : 1210205576
Program Studi : Manajemen
Tempat/Tanggal Lahir : Singaraja, 27 – Maret - 1994
Agama : Hindu
Jumlah Saudara/Anak ke : 4 (Empat) / 1 (Satu)
Alamat Rumah : Jln. Sedayu 6 No. 15A
Status : Belum Menikah

B. ORANG TUA

Nama : Dewa Gd Mas Ardhana Seputra, S.H
Alamat Rumah/Telepon : Jln. Sedayu 6 No. 15
Alamat Kantor/Telepon : Jln. Sedayu 6 No. 15A
Pekerjaan/Jabatan : Swasta

C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamat SD di SD Jepara I Surabaya tahun 2005.
2. Tamat SLTP di SMP Negeri 38 Surabaya tahun 2008.
3. Tamat SLTA di SMA Hang Tuah – 1 Surabaya tahun 2011.

Nama PT	Tempat	Semester	Tahun	Keterangan
STIESIA	Surabaya	I-IX	2012-2017	-

D. RIWAYAT PEKERJAAN

Tahun	Bekerja di	Pangkat/Golongan	Jabatan
-	-	-	-

Dibuat dengan sebenarnya

Dewa Putu Krishna Harry

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehaidrat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas hidayat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH CITRA MEREK, PRESEPSI KUALITAS DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI SEPATU CONVERSE (STUDI KASUS PADA MAHASISWA STIESIA)”** dengan baik.

Penyusunan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana ekonomi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Akhmad Riduwan, S.E., M.S.A., Ak. CA selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
2. Ibu Dr. Triyonowati M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
3. Ibu Dr. Prijati, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu dan memberikan pengarahan dalam pengerjaan skripsi.
4. Bapak Anang Subardjo, S.E., M.M selaku dosen wali yang telah banyak membantu dalam memberikan pengarahan pada setiap perwalian berlangsung.

5. Bapak dan Ibu dosen, serta para staf STIESIA Surabaya yang telah memberikan banyak bekal ilmu dan teladan yang berarti selama kegiatan perkuliahan berlangsung.
6. Kepada kedua orang tua saya yaitu Dewa Gd Mas Ardhana Seputra dan Luh Happy Handayani yang selama ini selalu memberikan bantuan kepada saya dalam menempuh pendidikan baik secara moril maupun materil.
7. Kepada keluarga tercinta yaitu adik serta saudara-saudara dan seluruh keluarga lainnya yang selalu memberikan motivasi dan doa untuk saya agar dapat menyelesaikan pendidikan sarjana dengan baik.
8. Teman serta pendamping terbaik Bunga Revina Nyana Kumari Natih, S.E. yang selalu dengan sabar memberikan saya motivasi, doa serta bantuan apapun yang saya butuhkan selama proses perkuliahan hingga penyelesaian penelitian ini.
9. Sahabat-sahabat tercinta Aiyah Dewi, Lutfi Ilmanudin, Umamatul Mufarroha, Chusniasri, dan Hanif Widi yang selalu memberikan ide, motivasi, doa serta bantuan hingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini.
10. Seluruh kawan - kawan SM-5 tercinta seangkatan tahun 2011 - 2012 yang bersama-sama berjuang dalam penyelesaian perkuliahan selama ini serta yang telah memberikan dukungan serta doa pada saya dalam penyelesaian penelitian ini.
11. Kawan-kawan Hima Manajemen, UKKH STIESIA, UKM Bola Basket dan English Club STIESIA Surabaya yang telah bersama-sama belajar

dalam berorganisasi sehingga memberikan saya begitu banyak ilmu, pengalaman, inspirasi selama ini dan tentunya memberikan doa serta motivasi kepada saya untuk menyelesaikan penelitian ini.

12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah banyak memberikan bantuan dan dukungan selama proses penulisan skripsi ini saya ucapkan terima kasih.

Dalam penyusunan ini, penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kerendahan hati pembaca untuk memberikan kritik dan saran untuk kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini memberikan manfaat dan pengetahuan bagi para pembaca, terimakasih.

Surabaya, 18 Maret 2017

Dewa Putu Krishna Harry

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG SKRIPSI	i
HALAMAN JUDUL SKRIPSI	ii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
INTISARI	xviii
<i>ABSTRACT</i>	xix
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	6
BAB 2 TINJAUAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS	
2.1 Tinjauan Teoritis	8
2.1.1 Definisi Perilaku Konsumen	8
1. Model Perilaku Konsumen	8
2.1.2 Definisi Pemasaran.....	9
2.1.3 Merek	11

1. Pengertian Merek	11
2. Kriteria Pemilihan Merek	13
3. Peranan dan Kegunaan Merek	14
2.1.4 Citra Merek	14
1. Tujuan Digunakannya Merek	16
2. Syarat Merek	17
3. Faktor-faktor yang Membentuk Citra Merek	17
2.1.5 Persepsi Kualitas	19
2.1.6 Harga	22
2.1.7 Minat Beli	23
1. Pengertian Minat Beli	23
2. Indikator-indikator Minat Beli	26
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli	27
2.2 Hubungan Variabel	28
2.2.1 Hubungan Citra Merek Terhadap Minat Beli	28
2.2.2 Hubungan Persepsi Kualitas Terhadap Minat Beli	28
2.2.3 Hubungan Harga Terhadap Minat Beli	29
2.3 Penelitian Terdahulu	30
2.4 Rerangka Pemikiran	31
2.5 Model Penelitian	32
2.6 Perumusan Hipotesis	32

BAB 3 METODA PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian, Gambaran dari Populasi Penelitian ...	34
---	----

3.1.1 Jenis Penelitian	34
3.1.2 Gambaran Dari Populasi Penelitian	34
3.2 Teknik Pengambilan Sampel	35
3.2.1 Penentuan Jumlah Sampel	35
3.2.2 Teknik Sampling	35
3.3 Teknik Pengumpulan Data	36
3.3.1 Jenis Data	36
3.3.2 Sumber Data	36
3.3.3 Teknik Pengumpulan Data	36
3.4 Variabel dan Definisi Operasional Variabel	37
3.4.1. Variabel	37
3.4.2. Devinisi Operasional Variabel	37
1. Citra Merek (CM).....	37
2. Persepsi Kualitas (PK).....	38
3. Harga(Hg)	39
4. Minat Beli(MB).....	39
3.5 Teknik Analisis Data	42
3.5.1. Uji Instrumen	42
1. Uji Validitas	42
2. Uji Reabilitas	43
3.5.2 Uji Asumsi Klasik	44
1. Uji Normalitas	44
2. Uji Multikolinieritas	45

3. Uji heteroskedastisitas	45
3.5.3 Uji Kelayakan Model	46
1. Uji F	46
2. Uji Koefisien Determinasi (R^2) dan Korelasi (R)	47
3.5.4 Analisis Linear Berganda	48
3.5.5 Uji Determinasi (r^2)	49
3.5.6 Hipotesis Penelitian (Uji t)	49
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian	51
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	51
4.1.2 Deskripsi Karakteristik Responden Penelitian	52
1. Karakteristik Responden Berdasarkan dengan Jenis Kelamin	52
2. Karakteristik Responden Berdasarkan dengan Usia	53
3. Karakteristik Responden Berdasarkan dengan Pendidikan	53
4. Karakteristik Responden Berdasarkan dengan Jurusan	54
4.1.3 Analisis Deskriptif Hasil Penelitian	55
1. Tanggapan Responden Berkaitan Dengan Citra Merek	56
2. Analisis Tanggapan Responden Berkaitan Dengan Persepsi Kualitas	58
3. Analisis Tanggapan Responden Berkaitan	

Dengan Harga	61
4. Analisis Tanggapan Responden Berkaitan	
Minat Beli	63
4.1.4 Uji Instrumen.....	65
1. Uji Validitas	65
2. Uji Reabilitas	66
4.1.5 Uji Asumsi Klasik	66
1. Normalitas	66
2. Multikolinearitas	69
3. Heteroskedastisitas	70
4.1.6 Hasil Uji Regresi	71
1. Regresi Linear Berganda	71
4.1.7 Uji Kelayakan Model.....	73
1. Uji F	73
2. Uji Koefisien Determinasi Berganda (R^2) dan Koefisien Korelasi (R)	75
4.1.8 Uji Koefisien Determinasi Parsial (r^2).....	76
4.1.9 Uji Hipotesis (Uji t)	77
4.2 Pembahasan	79
4.2.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli	79
4.2.2 Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Minat Beli	79
4.2.1 Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli	80

BAB 5 PENUTUP

5.1 Simpulan	82
5.2 Saran	83
JADWAL PENELITIAN	85
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN	89



DAFTAR TABEL

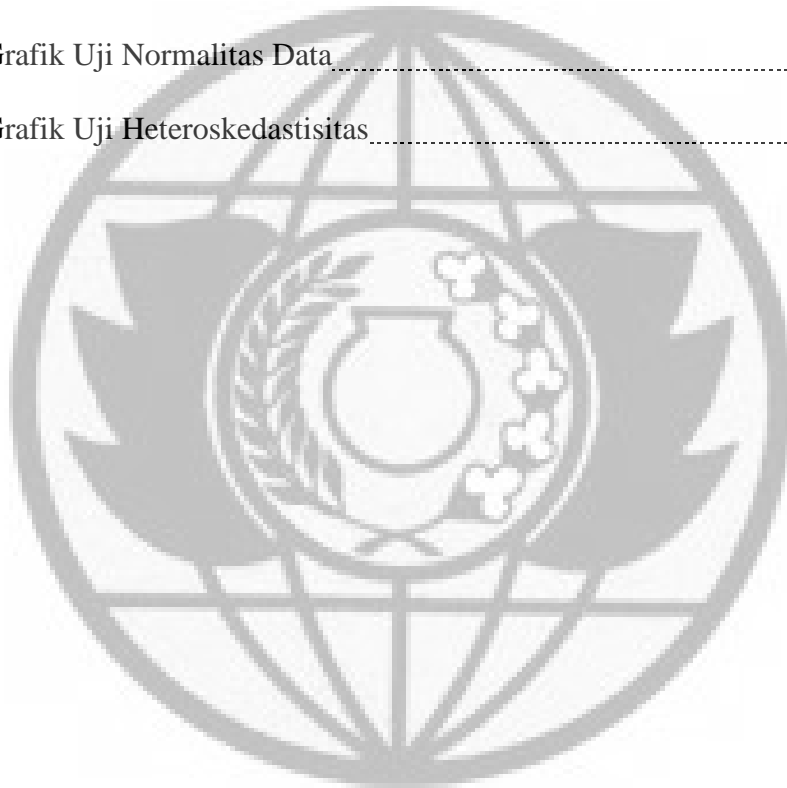
Tabel	Halaman
1. Penelitian Tetdahulu	30
2. Kelas Interval	41
3. Konstruksi Kuesioner	41
4. Pedoman Untuk Memberikan Inteprestasi Terhadap Koefisien Reliabilitas (α)	43
5. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	51
6. Karakteristik Responden Menurut Usia	52
7. Karakteristik Responden Menurut Pendidikan	53
8. Karakteristik Responden Menurut Jurusan	53
9. Kelas Interval	55
10. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Citra Merek	56
11. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Persepsi Kualitas	58
12. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Harga	60
13. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Minat Beli	62
14. Hasil Uji Validitas	65
15. Hasil Uji Reabilitas	66
16. Hasil Uji Normalitas	67
17. Hasil Uji Multikolinearitas	69
18. Hasil Uji Regresi Linear Berganda	71
19. Hasil Uji F	73

20. Hasil Uji Koefisien Determinasi Berganda (R^2) dan Koefisien Korelasi (R)	74
21. Hasil Uji Koefisien Determinasi Parsial	75
22. Hasil Pengujian Hipotesis (Uji t)	76



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Nilai-nilai Persepsi Kualitas	20
2. Proses Minat Konsumen dalam Proses Pengambilan Keputusan ...	25
3. Model Penelitian.....	32
4. Grafik Uji Normalitas Data.....	68
5. Grafik Uji Heteroskedastisitas.....	70



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Kuesioner
2. Tabulasi Hasil Kuesioner
3. Tabulasi Frekuensi Data
4. Uji Validitas dan Realiabilitas
5. Hasil Regresi
6. Hasil Grafik Normal Plot
7. Hasil Grafik Scatterplot
8. Surat Pengantar ke Dosen Pembimbing
9. Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi
10. Surat Pengantar Ijin Riset dari STIESIA
11. Surat Keterangan Selesai Riset
12. Berita Acara Bimbingan Penulisan Skripsi
13. Sertifikat Seminar Hasil Penelitian