

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA
SEPATU MEREK ARDILES DI KOTA PADANG)**



Oleh:

REZA WAHYUDI

1910011211027

Dosen Pembimbing : Ice Kamela S.E, M.M

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen*

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS BUNG HATTA

2023

LEMBAR PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

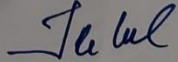
**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA SEPATU MEREK ARDILLES
DI KOTA PADANG)**

Oleh

Nama : Reza Wahyudi
Npm : 1910011211027

Tim Penguji

Ketua



(Ice Kamela, S.E, MM)

Sekretaris



(Dr. Akmal, S.E, M.Si)

Anggota

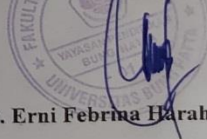


(Sefnedi, S.E., M.M., Ph.D)

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis pada tanggal 21 Agustus 2023

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Bung Hatta

Dekan



(Dr. Erni Febrina Harahap, S.E., M.Si)

JUDUL SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA SEPATU MEREK ARDILLES
DI KOTA PADANG)**

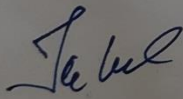
Oleh

Nama : Reza Wahyudi
Npm : 1910011211027

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
Pada tanggal 18 Agustus 2023

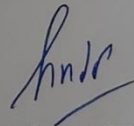
Menyetujui

Pembimbing



(Ice Kamela, S.E, MM)

Ketua Program Studi



(Lindawati, SE, M.SI)

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Sepatu Merek Ardiles Di Kota Padang)”** merupakan karya saya, sepanjang pengetahuan saya tidak ada karya, gagasan atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan oleh pihak lain, kecuali yang secara tertulis diajukan dalam naskah ini dan dicantumkan sumbernya sesuai dengan norm, etika dan kaidah penulisan ilmiah yang disebutkan dalam daftar pustak.

Padang, 23 Agustus 2023

Peneliti

Reza Wahyudi

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA
SEPATU MEREK ARDILLES DI KOTA PADANG)**

Reza Wahyudi¹ Ice Kamela²

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

E-mail : rezawahyudi2011@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan membuktikan pengaruh kualitas produk, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian sepatu merek Ardilles di kota Padang. Populasi pada penelitian ini masyarakat kota Padang yang menggunakan sepatu merek Ardiles. Teknik penarikan sampel adalah *purposive sampling*. Jenis penelitian ini yaitu menggunakan data kuantitatif. Sumber data yaitu primer melalui penyebaran kuesioner. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dengan bantuan pengolahan data menggunakan aplikasi *SPSS 22*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian, harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada sepatu merek Ardiles di kota Padang.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Citra Merek , Harga, Keputusan Pembelian

THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, BRAND IMAGE AND PRICE ON PURCHASE DECISIONS (CASE STUDY OF ARDILLES SHOES IN PADANG CITY)

Reza Wahyudi¹ Ice Kamela²

Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Bunghatta University

E-mail : rezawahyudi2011@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze and prove the effect of product quality, brand image and price on purchasing decisions for Ardilles brand shoes in the city of Padang. The population in this study is the people of Padang who wear Ardiles brand shoes. The sampling technique is purposive sampling. This type of research uses quantitative data. The data source is primary through the distribution of questionnaires. The analytical method used in this study is multiple linear regression analysis with the help of data processing using the SPSS 22 application. The results of this study show that product quality has no effect on purchasing decisions, brand image has an effect on purchasing decisions, price has no effect on purchasing decisions on brand shoes Ardiles in the city of Padang.

Keywords: Product Quality, Brand Image, Price, Purchase Decision

KATA PENGANTAR



Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan nikmat dan hidayah Nya pada penulis sehingga skripsi dapat diselesaikan. Sebagai judul penelitian adalah “Pengaruh citra merek, kualitas pruduk dan promosi terhadap minat beli produk Eiger di Kota Padang”. Untuk menulis disertasi yang merupakan salah satu syarat meraih gelar sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta .

Dalam proses penulisan skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, arahan, dan bimbingan serta dorongan semangat dari berbagai pihak. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih atas segala bantuan yang telah diberikan kepada peneliti, terutama kepada:

1. Ibu Dr. Erni Febrina Harahap, SE., M.Si menjabat sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
2. Ibu Herawati,S.E.,M.Si.,Ak.,CA.menjabat sebagai wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
3. Ibu Lindawati, S.E., M.Si menjabat sebagai ketua jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
4. Bapak Purbo Jadmiko,SE., M.Si menjabat sebagai sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

5. Ice Kamela S.E, M.M sebagai Pembimbing atas segala bantuannya yang tulus ikhlas memberikan bimbingan, arahan dan saran dalam penyelesaian tugas akhir ini
6. Ibu Irda, S.E.,M.A selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan saran tentang perkuliahan kepada penulis selama perkuliahan.
7. Dosen dan Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
8. Kedua orang tua tercinta Ayahanda Drs. Latnan Hadi dan Ibunda Baiyar yang selalu mendukung dan mendoakan agar mendapat kelancaran dan kesuksesan dalam perkuliahan.
9. Semua teman-teman yang tidak dapat disebutkan satu persatu dan telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Terima kasih kepada seluruh pihak yang telah berjasa dalam penyelesaian skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang telah diberikan. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan laporan tugas akhir ini masih terdapat kelemahan, kekurangan dan kesalahan. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap mudah-mudahan skripsi ini berguna bagi pembaca semua.

Padang, Juli 2023

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	10
2.1 Kajian Liteartur	10
2.1.1 Keputusan Pembelian	10
2.1.2 Kualitas Produk.....	12
2.1.3 Citra Merek.....	13
2.1.4. Harga	16
2.2 Pengembangan Hipotesis	19
2.2.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	19
2.2.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	20
2.2.3 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	21

2.3 Kerangka Konseptual	21
BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1 Objek Penelitian	23
3.2 Populasi dan Sampel.....	23
3.2.1 Populasi	23
3.2.2 Sampel.....	23
3.3.1 Jenis dan Sumber Data.....	25
3.4 Defenisi Operasional	25
3.4.1 Keputusan Pembelian.....	25
3.4.2 Kualitas Produk.....	26
3.4.3 Citra Merek.....	27
3.4.4 Harga	28
3.5 Pengukuran Instrumen	29
3.6 Teknik Analisis Data	30
3.6.1 Uji Validitas dan Reabilitas	30
3.6.2 Metode Analisis Deskriptif.....	31
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	33
3.6.4 Analisis Model Regresi Linear Berganda.....	35
3.6.5 Koefisien Determinasi	36
3.6.6 Uji Hipotesis	37
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1 Hasil Analisis	38
4.1.1 Response Rate.....	38
4.1.2 Profil Responden.....	39
4.1.3 Uji Validitas dan Reabilitas	41
4.1.4 Analisis Deskriptif	46
4.1.5 Uji Asumsi Klasik.....	51
4.1.6 Analisis Regresi Linear Berganda.....	55

4.1.7 Koefesien Determinasi	56
4.1.7 Uji Hipotesis	57
4.2 Pembahasan.....	59
4.2.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	59
4.2.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	60
4.2.3 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	61
BAB V PENUTUP	62
5.1 Kesimpulan	62
5. 2 Implikasi	62
5.3 Keterbatasan dan Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA	65

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pra Survey Penelitian.....	5
Tabel 3.1 Pengukuran Instrumen.....	29
Tabel 3.2 Tingkat Capaian Responden	33
Tabel 4. 1 Response Rate	38
Tabel 4. 2 Profil Responden	39
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Dan Reabilitas Keputusan Pembelian	42
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Dan Reabilitas Kualitas Produk.....	43
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Dan Reabilitas Citra Merek.....	44
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Dan Reabilitas Harga	45
Tabel 4. 7 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	47
Tabel 4. 8 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk.....	48
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek	49
Tabel 4. 10 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Harga	50
Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas Nilai Residual	51
Tabel 4. 12 Hasil Uji Linearitas.....	52
Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikolinearitas.....	53
Tabel 4. 14 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	55
Tabel 4. 15 Hasil Koefisien Determinasi.....	56
Tabel 4. 16 Hasil Uji F.....	57
Tabel 4. 17 Hasil Uji T.....	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Persentase penjualan sepatu Ardiles.....	3
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	22
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner Penelitian	70
Lampiran II Tabulasi Data	76
Lampiran III Profil Responden.....	88
Lampiran IV Uji Validitas dan Reabilitas	89
Lampiran V Uji Analisis Deskriptif.....	95
Lampiran VI Uji Asumsi Klasik.....	97
Lampiran VII Uji Hipotesis.....	100

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan fashion di Indonesia saat ini sudah sangat pesat, diikuti dengan trend yang menjadi suatu bagian dari kehidupan sehari-hari. *Fashion* merupakan suatu aspek yang dinilai dapat menunjang penampilan bagi masyarakat pada umumnya. Dampak dari adanya persepsi tersebut tentu saja membuat masyarakat beralih mengikuti *trend* yang ada. Bahkan bukan hanya sekedar mengikuti, melainkan sudah menjadi kebutuhan dari masyarakat modern saat ini untuk tampil trendi

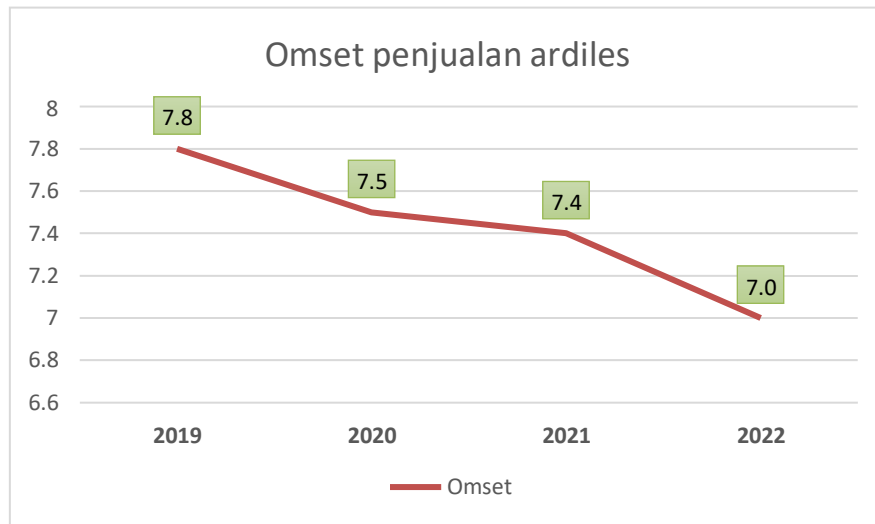
Salah satu fashion yang dianggap penting oleh banyak orang adalah sepatu, seiring berkembangnya dunia bisnis, sepatu bukan hanya lagi sebagai salah satu pemenuhan keinginan melainkan juga sebagai salah satu unsur kebutuhan didalam *fashion* pada anak muda, hal ini juga membuat para produsen melihat keinginan dan kebutuhan dari konsumen dijadikan sebagai salah satu peluang untuk menciptakan sebuah produk. Sepatu merupakan salah satu alat pengalas kaki yang berfungsi untuk melindungi kaki dari benda tajam ataupun kotoran, namun di era sekarang sepatu telah memiliki banyak fungsi, selain sebagai alat pelindung kaki kini sepatu juga banyak digunakan orang sebagai *fashion* yang bertujuan untuk menambah rasa percaya diri ataupun sebagai sarana pelengkap dalam berpakaian. (Suwardi, 2022)

Industri alas kaki Indonesia mencatat bahwa jumlah produksi alas kaki mencapai 1,14 miliar pasang sepatu atau dikatakan memberikan kontribusi sebesar 4,6 persen dari total produksi sepatu dunia pada tahun 2018 (Tri, R., 2019). Dari pencapaian tersebut Indonesia berhasil menempati posisi ke-4 dalam kategori produsen alas kaki dunia setelah China, India, dan Vietnam. Dalam siaran pers Kementerian Perindustrian Republik Indonesia atau Kemenperin (2019) menyatakan bahwa industri alas kaki saat ini terdapat 18.687 unit usaha yang terdiri dari usaha kecil sebanyak 18.091 unit, usaha skala menengah sebanyak 144 unit, dan usaha skala besar sebanyak 155 unit. Semakin banyak industri alas kaki di Indonesia membuat persaingan antar produsen, alas kaki semakin ketat ditambah lagi dengan adanya produsen alas kaki dari luar negeri. Hal ini membuat produsen alas kaki Indonesia harus mampu berinovasi untuk bersaing dengan produsen sejenis (Sijabat, 2022)

Salah satu produk Indonesia yang sudah banyak dikenal khalayak ramai adalah sepatu merek Ardilles yang merupakan perusahaan yang didirikan oleh PT. Wangta Agung pada tahun 1950 silam dimana awal mula perusahaan didirikan secara *home industry* yang berada di Surabaya, Jawa Timur yang saat ini juga merupakan produk dan merek sepatu yang masih eksis sampai dengan saat ini. Namun produk ini masih belum bisa mencapai angka yang signifikan untuk bisa bersaing dengan produk-produk sejenis yang sudah lama pula

menguasai pasar sepatu yang ada di Indonesia. Untuk Data omset penjualan sepatu merek Ardiles tahun 2019 - 2022 adalah sebagai berikut

Gambar 1. 1 Data Persentase penjualan sepatu Ardiles



Sumber : <https://katadata.co.id/>

Berdasarkan data di atas dapat dilihat bahwa penjualan sepatu ardilles mengalami penurunan penjualan setiap tahunnya. Penurunan diawali pada tahun 2020 sampai dengan tahun 2022. Hal tersebut dapat dipersepsikan akan berpengaruh kepada tingkat keputusan pembelian terhadap produk sepatu merek Ardilles. Padahal seiring berjalanya waktu semakin beragamnya model sepatu Ardiles yang ditawarkan untuk semua kalangan seharusnya penjualan produk meningkat. Oleh karena itu toko-toko di kota padang yang menjual produk Ardiles harus meningkatkan penjualan produk tersebut, salah satunya cara dengan meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

Keputusan pembelian merupakan tahap akhir dimasa proses konsumen membuat keputusan terhadap produk yang sudah mereka pilih di antara membeli atau tidak membeli produk tersebut. Sejalan dengan pendapat (Fahmi, M., 2016), mendefinisikan bahwa inti dari pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih, dan memilih salah satu diantaranya. Dalam pengambilan keputusan pembelian konsumen lebih sering cenderung untuk meminimalkan resiko yang akan terjadi dan menjadi suka atas konsekuensi yang akan diterima berdasarkan kualifikasi barang atau jasa tersebut. Selain itu peneliti telah melakukan survei awal yang berkaitan dengan keputusan pembelian produk sepatu merek Ardilles di Kota Padang dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 1.1 Pra Survey Penelitian

No	Pernyataan	Jawaban									
		STS	%	TS	%	N	%	S	%	SS	%
Pengenalan Masalah											
1	Saya memakai ardilles karena dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan saya	0	0.00	9	30.00	21	70.00	0	0.00	0	0.00
2	Sepatu merek Ardilles adalah produk yang berkualitas	0	0.00	5	16.70	25	83.30	0	0.00	0	0.00
Pencarian Informasi											
3	Sebelum saya mencari sepatu merek Ardilles, saya sudah mencari informasi sepatu tersebut	0	0.00	14	46.70	16	53.30	0	0.00	0	0.00
4	Informasi yang diberikan sepatu merek Ardilles sangat membantu dalam membeli produk	1	3.30	19	63.30	10	33.30	0	0.00	0	0.00
Keputusan Pembelian											
5	Saya merasa puas setelah membeli produk sepatu merek Ardilles	0	0.00	20	66.70	10	33.30	0	0.00	0	0.00
6	Sepatu merek Ardilles banyak mempunyai kelebihan dari sepatu merek lain	1	3.30	17	56.70	12	0.00	0	0.00	0	0.00
Evaluasi Pasca Pembelian											
7	Saya akan mengatakan keunggulan sepatu Ardilles kepada orang lain	0	0.00	17	56.70	13	43.30	0	0.00	0	0.00
8	Saya akan merekomendasikan sepatu Ardilles kepada orang lain	0	0.00	11	36.70	19	63.30	0	0.00	0	0.00
9	Saya akan membeli kembali sepatu merek Ardilles	0	0.00	10	33.30	20	66.70	0	0.00	0	0.00
Rata-Rata		0.90		46.68		48.77		0.00		0.00	

Sumber: *Prasurvei Penelitian, 2023*

Berdasarkan hasil pra survei awal diatas yang ditujukan kepada 30 responden terdapat beberapa fenomena diantaranya : 1). 48.77%, konsumen masih ragu untuk merekomendasikan sepatu Ardilles kepada orang lain yang belum menggunakan merek tersebut, 2). Konsumen tidak setuju memiliki nilai

46.68 %, menyatakan sepatu merek Ardilles memiliki kualitas bagus dari merek sepatu lain, 3). Konsumen sangat tidak setuju memiliki nilai 0.90%, untuk mengatakan keunggulan sepatu Ardilles kepada orang lain

Keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh kualitas produk karena seluruh kualitas dan keunggulan dari produk atau jasa sangat berkaitan dengan yang diharapkan konsumen. Kualitas produk merupakan keseluruhan dari kualitas atau keunggulan suatu produk atau jasa layanan berkaitan dengan apa yang di harapkan oleh konsumen (Amstrong, 2016). Hal ini dibuktikan dalam penelitian (Agusani D. , 2020) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian

Selanjutnya keputusan pembelian dipengaruhi oleh citra merek, menurut Kapfere dalam (Firmansyah., 2019). mengatakan bahwa mereka membentuk citra merek mereka melalui semua sinyal yang dihasilkan oleh merek, termasuk citra merek, ikon visual, logo produk, iklan, sponsor, artikel, dan lain-lain. Hal ini dibuktikan dengan penelitian (Anggraini, 2018) yang menyatakan bahwa variable citra merek berpegaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Harga mempengaruhi keputusan pembelian seperti yang dijelaskan oleh Buchori Alma dalam penelitian (Suwardi, 2022) ,adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas jasa, atau jumlah nilai konsumen tukar dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa.

Hal ini sejalan dengan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Wowor, 2021) yang menyatakan bahwa harga terdapat pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan pemaparan diatas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian empiris ini dengan judul. **Pengaruh Kualitas Produk , Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Sepatu Merek Ardilles di Kota Padang).**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapat dikemukakan rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu merek Ardilles di Kota Padang ?
2. Apakah Citra Merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu merek Ardilles di Kota Padang ?
3. Apakah Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu merek Ardilles di Kota Padang ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, dapat dikemukakan tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis dan membuktikan pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu merek Ardilles di Kota Padang
2. Untuk menganalisis dan membuktikan pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian sepatu merek Ardilles di Kota Padang
3. Untuk menganalisis dan membuktikan pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sepatu Ardilles di Kota Padang

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis, hasil penelitian ini dapat digunakan untuk mengembangkan pengetahuan dan wawasan tentang pengaruh kualitas produk, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian sepatu Ardilles. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan atau referensi bagi penelitian yang sejenis dan juga dapat menjadi bahan tambahan untuk peneliti selanjutnya
2. Manfaat praktis, Kegiatan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang baik sehingga dapat membantu. Selain itu, penelitian ini dapat dijadikan acuan oleh pemasar dalam mengambil keputusan strategi pemasaran yang cocok sesuai dengan kondisi pasar yang ada sehingga mampu meningkatkan keputusan pembelian agar mau menggunakan sepatu Ardilles.