**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

Dengan ini Pembimbing skripsi dan Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta menyatakan :

Nama : **Riski Islami Syaiful**

NPM : **1010011211116**

Program Studi : Strata Satu (S1)

Jurusan : Manajemen

Judul Skripsi : **Pengaruh Citra Merek, Produk Dan Distribusi Terhadap Keputusan   Pembelian Sandal Eiger Di Kota Padang**

Telah disetujui skripsi ini sesuai dengan prosedur, ketentuan dan kelaziman berlaku, yang telah diujikan dan dinyatakan lulus dalam ujian komprehensif pada tanggal **27 Januari 2015.**

**Pembimbing Skripsi**

**Pembimbing I Pembimbing II**

**Sefnedi S.E., M.M., Ph.D** **Lindawati S.E., M.Si**

Disetujui Oleh

Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta

**Yuhelmi S.E., M.M**

**PERNYATAAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis diajukan dalam naskah ini disebutkan dalam daftar pustaka.

**Padang, Februari 2015**

**Penulis**

**Riski Islami Syaiful**

**KATA PENGANTAR**



Alhamdullilahi Rabbil’alamin, segala puji bagi Allah yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul ***“*Pengaruh Citra Merek, Produk Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Sandal Eiger Di Kota Padang.**Skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen pada Strata Satu (S1) Universitas Bunghatta.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak luput dari kekurangan dan ketidak sempurnaan yang disebabkan oleh keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang penulis miliki. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritikan yang bersifat membantu sebagai perbaikan dikemudian hari.

Pada kesempatan ini pula penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak yang secara teknis terlibat dalam skripsi ini, yaitu:

1. Terima kasih kepada Bapak **Sefnedi, S.E.,M.M.,Ph.D** selaku pembimbing I yang telah membimbing dengan sepenuh hati dan sabar, sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini.
2. Terima kasih kepada Ibu **Lindawati, S.E.,M.Si** selaku sekretaris jurusan dan juga pembimbing II yang telah membimbing dengan sepenuh hati dan sabar, sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu **Yuhelmi S.E.,M.M** selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta.
4. Kepada segenap **Dosen-dosen** Fakultas Ekonomi dan staf-staf **TU** Jurusan Manajemen Universitas Bung Hatta.

**Spesial Thanks**

1. Buat **Papa** dan **Mama** tercinta yang tidak henti-hentinya mendoakan, memberikan semangat yang luar biasa.
2. Terima kasih untuk seluruh keluarga yang selalu mendoakan,**Sri,Fikrul dan Dzakwan**.
3. Terima kasih buat teman-teman kos (**Samarinda G.13**) yang sudah mensupport dan membantu menyelesaikan skripsi.
4. Terima kasih buat anak-anak **MJ.3** yang sudah mensupport dan memberikan do’a.
5. Terima Kasih kepada teman-teman semuanya.
6. Terima Kasih buat **Nilla Oktaviana** yang sudah memberikan semangat dan doa nya.

Semoga kebaikan dan ketulusan yang telah diberikan kepada penulis dapat diberikan balasan oleh Allah SWT. Meskipun skripsi ini dikerjakan secara maksimal tapi penulis menyadari masih banyak kekurangan yang disebabkan keterbatasan pengetahuan dan kemampuaan penulis, oleh karena itu segala kritik dan saran yang dibutuhkan untuk kesempurnaan skripsi ini terima dengan senang hati.

Assalammu’alaikum Warahmatullahi Wabarakatu.

Padang, Februari 2015

Penulis

**DAFTAR ISI**

Halaman

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.........................................................**  **PERNYATAAN...........................................................................................**  **KATA PENGANTAR ................................................................................**  **DAFTAR ISI ...............................................................................................** | | | | | | I  ii  iii  v |
| **DAFTAR TABEL.......................................................................................** | | | | | | x |
| **DAFTAR GAMBAR..................................................................................** | | | | | | xii |
| **DAFTAR LAMPIRAN...............................................................................**  **ABSTRAK…………………………………………………………………** | | | | | | xii  xiii |
| **BAB I** | **PENDAHULUAN** | | | | |  |
|  | 1.1 | Latar Belakang Masalah ............................................... | | | | 1 |
|  | 1.2 | Perumusan Masalah ...................................................... | | | | 7 |
|  | 1.3 | Tujuan Penelitian .......................................................... | | | | 7 |
|  | 1.4 | Manfaat Penelitian ……………………….………....... | | | | 8 |
| **BAB II** | **LANDASAN TEORI** | | | | |  |
|  | 2.1 | Keputusan Pembelian.................................................... | | | | 9 |
|  |  | 2.1.1 | Pengertian Keputusan Pembelian..................... | | | 9 |
|  |  | 2.1.2 | Proses Keputusan Pembelian............................ | | | 10 |
|  |  | 2.1.3 | Perilaku Keputusan Pembelian......................... | | | 13 |
|  |  | 2.1.4 | Peran Keputusan Pembelian.............................. | | | 15 |
|  |  | 2.1.5 | Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian…………………………………….. | | | 16 |
|  |  | 2.1.6 | Pengukuran Keputusan Pembelian..................... | | | 17 |
|  | 2.2 | Citra Merek..................................................................... | | | | 19 |
|  |  | 2.2.1 | Pengertian Citra Merk........................................ | | | 19 |
|  |  | 2.2.2 | Indikator Citra Merek......................................... | | | 20 |
|  | 2.3 | Produk............................................................................ | | | | 23 |
|  |  | 2.3.1 | | Pengertian Produk............................................. | | 23 |
|  |  | 2.3.2 | | Klasifikasi Produk............................................. | | 24 |
|  |  | 2.3.3 | | Indikator Produk................................................ | | 26 |
|  | 2.4 | Distribusi......................................................................... | | | | 27 |
|  |  | 2.4.1 | | Pengertian Distribusi......................................... | | 27 |
|  |  | 2.4.2 | | Tingkatan Saluran Distribusi............................ | | 28 |
|  |  | 2.4.3 | | Jenis Interaksi antara Penyedia Jasa dan Konsumen......................................................... | | 29 |
|  |  | 2.4.4 | | Indikator Distribusi............................................ | | 31 |
|  | 2.5 | Tinjauan Penelitian terdahulu dan Pengembangan Hipotesis........................................................................ | | | | 33 |
|  |  | 2.5.1 | | Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian......................................................... | | 33 |
|  |  | 2.5.2 | | Pengaruh Produk terhadap Keputusan Pembelian......................................................... | | 34 |
|  |  | 2.5.3 | | Pengaruh Distribusi terhadap Keputusan Pembelian.......................................................... | | 35 |
|  | 2.6 | Kerangka Konseptual .................................................... | | | | 36 |
| **BAB III** | **METODE PENELITIAN** | | | | |  |
|  | 3.1 | Obejek Penelitian ........................................................... | | | | 38 |
|  | 3.2 | Populasi dan Sampel ..................................................... | | | | 38 |
|  |  | 3.2.1 | Populasi............................................................. | | | 38 |
|  |  | 3.2.2 | Sampel............................................................. | | | 38 |
|  | 3.3 | Jenis dan Sumber Data ………….......………….……. | | | | 39 |
|  | 3.4 | Teknik Pengumpulan Data............................................. | | | | 40 |
|  | 3.5 | Definisi dan Operasional Variabel ………………....... | | | | 40 |
|  |  | 3.5.1 | Keputusan Pembelian....................................... | | | 40 |
|  |  | 3.5.2 | Citra Merek....................................................... | | | 41 |
|  |  | 3.5.3 | Produk............................................................... | | | 41 |
|  |  | 3.5.4 | Distribusi.......................................................... | | | 42 |
|  | 3.6 | Skala Pengukuran Variabel............................................ | | | | 42 |
|  | 3.7 | Uji Instrumen Penelitian ................................................ | | | | 43 |
|  |  | 3.7.1 | | Uji Validitas ..................................................... | | 43 |
|  |  | 3.7.2 | | Uji Reliabilitas ................................................. | | 43 |
|  | 3.8 | Metode Analisis Data ………………….…….......…… | | | | 44 |
|  |  | 3.8.1 | | Analisis Deskriptif …………………......….… | | 44 |
|  |  | 3.8.2 | | Uji Asumsi Klasik ……………….…......……. | | 45 |
|  |  |  | | 3.8.2.1 | Uji Normalitas ……………......….. | 45 |
|  |  |  | | 3.8.2.2 | Linearitas......................………….. | 45 |
|  |  |  | | 3.8.2.3 | Uji Multikolinearitas........….…….. | 45 |
|  |  |  | | 3.8.2.4 | Uji heteroskedastisitas……………. | 46 |
|  |  | 3.8.3 | | Regresi Linear Berganda …....................……. | | 46 |
|  |  | 3.8.4 | | Koefisien Determinasi (R²)……….….......….. | | 47 |
|  |  | 3.8.5 | | Uji Kelayakan Model ……………..……......... | | 47 |
|  |  | 3.8.6 | | Pengujian Hipotesis……………......……......... | | 48 |
| **BAB IV** | **HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN** | | | | |  |
|  | 4.1 | Response Rate................................................................ | | | | 49 |
|  | 4.2 | Profil Responden ..……................…………………… | | | | 50 |
|  | 4.3 | Uji Instrumen Penelitian ………………......…………. | | | | 51 |
|  |  | 4.2.1 | | Uji Validitas ……………………….......…….. | | 52 |
|  |  | 4.2.2 | | Uji Reliabilitas ………………….....………… | | 58 |
|  | 4.3 | Analisis Deskriptif Variabel.............................………. | | | | 59 |
|  |  | 4.3.1 | | Keputusan Pembelian....................................... | | 59 |
|  |  | 4.3.2 | | Citra Merek.................…………..…................ | | 60 |
|  |  | 4.3.3 | | Produk................................................................ | | 62 |
|  |  | 4.3.4 | | Distribusi........................................................... | | 63 |
|  | 4.4 | Uji Asumsi Klasik……………………….......………… | | | | 64 |
|  |  | 4.4.1 | | Uji Normalitas ………………….....………… | | 64 |
|  |  | 4.4.2 | | Uji Linearitas ……………………....……….. | | 65 |
|  |  | 4.4.3 | | Uji Multikolinearitas....……………………… | | 66 |
|  |  | 4.4.4 | | Uji Heteroskedastisitas.……………………… | | 66 |
|  | 4.5 | Regresi Linear Berganda………….....................…….. | | | | 67 |
|  | 4.6 | Koefisien Determinasi ………………………….......… | | | | 68 |
|  | 4.7 | Uji Kelayakan Model ……………………………........ | | | | 69 |
|  | 4.8 | Uji Hipotesis …………………………………….......... | | | | 70 |
|  | 4.9 | Pembahasan................................................................... | | | | 72 |
|  |  | 4.9.1 | | Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian......................................................... | | 72 |
|  |  | 4.9.2 | | Pengaruh Produk terhadap Keputusan Pembelian........................................................... | | 73 |
|  |  | 4.9.3 | | Pengaruh Distribusi terhadap Keputusan Pembelian.......................................................... | | 75 |
| **BAB V** | **PENUTUP** | | | | |  |
|  | 5.1 | Kesimpulan …………......……………………………. | | | | 78 |
|  | 5.2 | Saran-Saran ……………………………......…………. | | | | 78 |
| **DAFTAR PUSTKA** …………….……………………………..........…… | | | | | | 81 |
| **LAMPIRAN** ……………………………………………..………..........… | | | | | | 84 |
| **DAFTAR RIWAYAT HIDUP** | | | | | |  |

**DAFTAR TABEL**

Halaman

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Tabel 1.1 | : | Daftar Penjualan Sandal Eiger pada Toko Eiger, Rei dan Boogie Per Agustus 2013 – Januari 2014.............. | 3 |
| Tabel 3.1 | : | Skala Likert Pengukuran Variabel Penelitian............. | 42 |
| Tabel 3.2 | : | Kriteria Tingkat Capaian Responden (TCR)............... | 44 |
| Tabel 4.1 | : | Response Rate............................................................. | 49 |
| Tabel 4.2 | : | Profil Responden......................................................... | 50 |
| Tabel 4.3 | : | Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.... | 52 |
| Tabel 4.4 | : | Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek (tahap 1).... | 53 |
| Tabel 4.5 | : | Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek (tahap 2).... | 55 |
| Tabel 4.6 | : | Hasil Uji Validitas Variabel Produk............................. | 56 |
| Tabel 4.7 | : | Hasil Uji Validitas Variabel Distribusi (tahap 1)........ | 57 |
| Tabel 4.8 | : | Hasil Uji Validitas Variabel Distribusi (tahap 2)........ | 58 |
| Tabel 4.9 | : | Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian.................... | 59 |
| Tabel 4.10 | : | Skor Total, Rata-Rata dan TCR Variabel Keputusan Pembelian.................................................................... | 60 |
| Tabel 4.11 | : | Skor Total, Rata-Rata dan TCR Variabel Citra Merek | 61 |
| Tabel 4.12 | : | Skor Total, Rata-Rata dan TCR Variabel Produk........ | 62 |
| Tabel 4.13 | : | Skor Total, Rata-Rata dan TCR Variabel Distribusi.... | 63 |
| Tabel 4.14 | : | Hasil Uji Normalitas.................................................... | 64 |
| Tabel 4.15 | : | Hasil Uji Linearitas...................................................... | 65 |
| Tabel 4.16 | : | Hasil Uji Multikolinearitas.......................................... | 66 |
| Tabel 4.17 | : | Hasil Uji Heteroskedastisitas....................................... | 67 |
| Tabel 4.18 | : | Hasil Regresi Linear Berganda................................... | 68 |
| Tabel 4.19 | : | Hasil Koefisien Determinasi....................................... | 69 |
| Tabel 4.20 | : | Hasil Uji F................................................................... | 70 |
| Tabel 4.21 | : | Ringkasan Hasil Uji Hipotesis Penelitian................... | 71 |

**DAFTAR GAMBAR**

Halaman

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Gambar 2.1 | : | Model Lima Tahap Proses Pembelian Konsumen.......... | 10 |
| Gambar 2.2 | : | Model Sederhana Pengambilan Keputusan Konsumen.. | 11 |
| Gambar 2.3 | : | Saluran Pemasaran Konsumen........................................ | 29 |
| Gambar 2.4 | : | Kerangka Konseptual...................................................... | 37 |

**DAFTAR LAMPIRAN**

Halaman

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Lampiran 1 | : | Kuesioner Penelitian ……………………………......... | 84 |
| Lampiran 2 | : | Tabulasi Data................................................................. | 88 |
| Lampiran 3 | : | Profil Responden ………………......…………………. | 133 |
| Lampiran 4 | : | Uji Validitas dan Reliabilitas ........……………………. | 135 |
| Lampiran 5 | : | Distribusi Frekuensi dan Rata-Rata ………………...... | 141 |
| Lampiran 6 | : | Uji Asumsi Klasik.......................................................... | 150 |
| Lampiran 7 | : | Regresi Linear Berganda ….....................…………….. | 152 |