

**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU WAKAI DI YOGYAKARTA
(STUDI PADA PELAJAR DAN MAHASISWA)**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

TAMARA IRWANTO

11140011

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2018

**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU WAKAI DI YOGYAKARTA
(STUDI PADA PELAJAR DAN MAHASISWA)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat

Guna Memperoleh Gelar

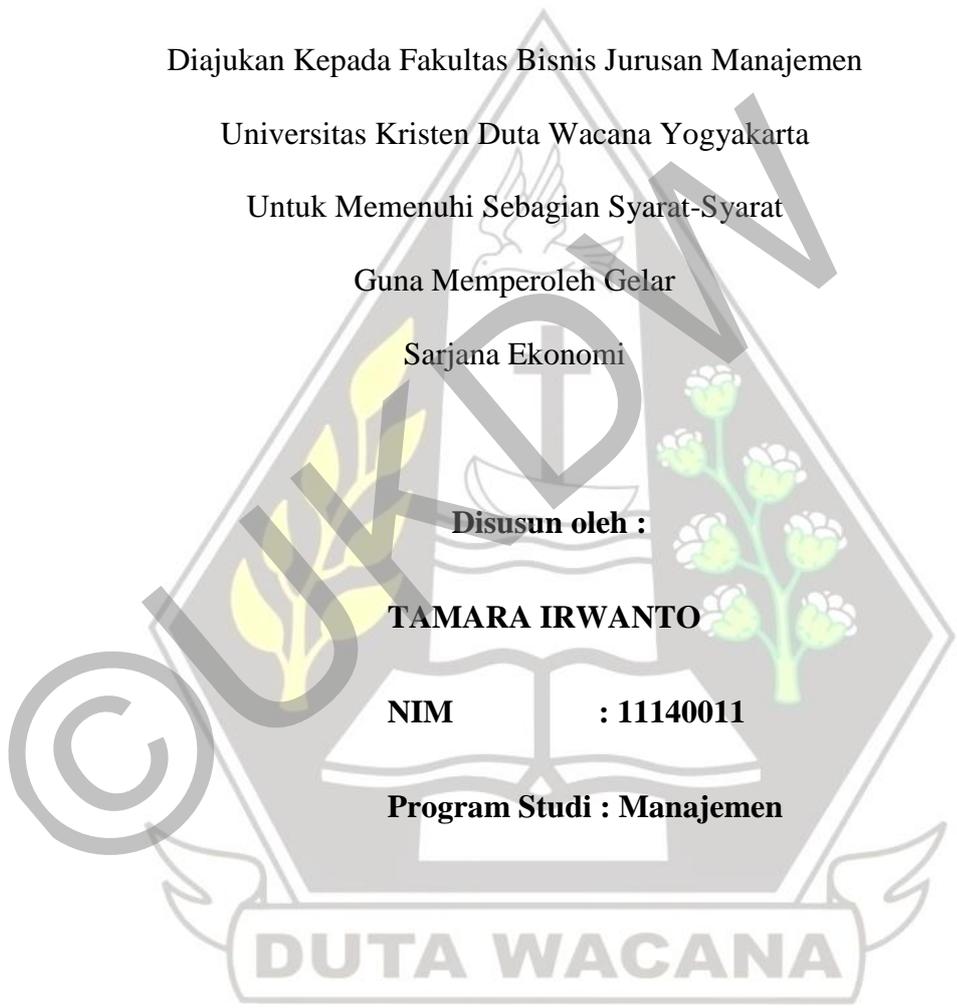
Sarjana Ekonomi

Disusun oleh :

TAMARA IRWANTO

NIM : 11140011

Program Studi : Manajemen



FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2018

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Dengan Judul :

**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU WAKAI DI YOGYAKARTA
(STUDI PADA PELAJAR DAN MAHASISWA)**

telah diajukan dan dipertahankan oleh :

TAMARA IRWANTO

11140011

Dalam ujian Skripsi Program Studi S1 Manajemen

Fakultas Bisnis

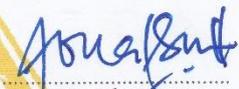
Universitas Kristen Duta Wacana

dan dinyatakan DITERIMA untuk menerima salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Manajemen pada tanggal 16 Agustus 2018

Nama Dosen

Tanda Tangan

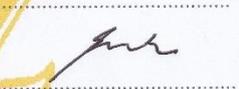
1. Jonathan Herdioko, SE., MM
(Ketua Tim)



2. Drs. Purnawan Hardiyanto, MecDev
(Dosen Penguji)



3. Lucia Nurbani Kartika, S.Pd., MM
(Dosen Penguji)



Yogyakarta, 16 Agustus 2018
Disahkan Oleh :

Dekan,

Wakil Dekan I Manajemen,



Dr Singgih Santoso, MM



Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul :

ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU WAKAI DI YOGYAKARTA.

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana, adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari hasil karya pihak lain pada perguruan tinggi atau institusi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah saya cantumkan sebagaimana mestinya.

Jika kemudian hari ditemukan bahwa skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari hasil karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi, yaitu pencabutan gelar sarjana saya.

Yogyakarta, 3 Agustus2018



Tamara Irwanto

11140011

HALAMAN MOTTO

“Cobalah untuk tidak menjadi orang yang sukses, melainkan berusaha untuk menjadi manusia yang bernilai.”

- Albert Einstein -

“Kekalahan bukan hal yang terburuk dari kegagalan. Tidak pernah mencoba adalah kegagalan sejati.”

- George Edward Woodberry -

“Sukses bukanlah kunci menuju kebahagiaan. Kebahagiaan adalah kunci keberhasilan. Jika anda menyukai apa yang anda lakukan, anda akan sukses.”

- Albert Schweitzer -

“Selalu bersyukur atas apa yang Tuhan beri dan jangan pernah merasa rendah atas apa yang kita dapat”

“Jadilah diri sendiri jangan menjadi orang lain agar dipandang baik oleh orang”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

- Tuhan Yesus Kristus.
- Kedua orang tua saya yang selalu mendampingi dan memberi dukungan dalam setiap proses kehidupan saya.
- Dosen Pembimbing saya Bapak Jonathan Herdioko,SE.,MM.
- Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana.
- Almamater saya, Universitas Kristen Duta Wacana.
- Keluarga terkasih.
- Sahabat-sahabat dan juga pacar saya yang selalu menghibur dan memberikan semangat dalam keseharian saya.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan pertolongan-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Wakai Di Yogyakarta”. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.

Dengan selesainya skripsi ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu penulis dalam proses penulisan skripsi ini. Ucapan terima kasih disampaikan dengan hormat kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus yang selalu menyertai, melindungi, dan menolong penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
2. Bapak Jonathan Herdioko, SE.,MM. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan selama penyusunan skripsi dari penentuan judul hingga akhir penulisan.
3. Kedua Orang Tua, Papa dan Mama yang selalu memberikan nasihat, kasih sayang, dan semangat kepada penulis selama masa penulisan skripsi.
4. Bapak Dr. Singgih Santoso, MM, selaku dekan Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana.
5. Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D, selaku wakil dekan 1 Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana.

6. Segenap Dosen dan Staf Pendukung Akademik di Fakultas Bisnis Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana yang telah banyak memberikan bantuan dalam proses akademik dan administrasi selama masa perkuliahan.
7. Para pengisi kuesioner yang telah bersedia meluangkan waktu dan pemikiran sehingga sangat membantu saya dalam penelitian ini.
8. Sahabat dan juga teman-teman penulis yang selalu memotivasi penulis dalam penulisan skripsi.
9. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyusun penelitian ini sehingga penulis dapat menyelesaikannya dengan baik.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam skripsi ini karena keterbatasan dalam diri penulis. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang sifatnya membangun sehingga skripsi ini dapat berguna bagi semua pihak.

Yogyakarta, 3 Agustus 2018

Penulis,

Tamara Irwanto

NIM : 11140011

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGAJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK INDONESIA.....	xv
ABSTRAK INGGRIS.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Batasan Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Citra Merek.....	8
2.1.2 Kualitas Produk.....	10
2.1.3 Harga.....	13
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	14

2.1.5	Difinisi Operasional Variabel.....	16
2.2	Kerangka Penelitian.....	19
2.3	Hipotesis.....	20
2.4	Penelitian Terdahulu.....	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		22
3.1	Populasi dan Sampel.....	22
3.1.1	Populasi.....	22
3.1.2	Sampel.....	22
3.2	Desain Penelitian.....	22
3.3	Variabel Penelitian dan Pengukuran Variabel	23
3.4	Analisis Data.....	24
3.4.1	Uji Instrumen.....	24
3.4.1.1	Uji Validitas.....	24
3.4.1.2	Uji Reliabilitas.....	25
3.4.2	Statistik Deskriptif.....	26
3.4.3	Analisis Regresi Linier Berganda.....	26
3.4.4	Koefisien Determinasi (R^2).....	27
3.4.5	Uji F.....	28
3.4.6	Uji t.....	29
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		30
4.1	Uji Instrumen.....	31
4.1.1	Uji Validitas.....	31
4.1.2	Uji Reliabilitas.....	33
4.2	Statistik Deskriptif.....	34
4.2.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	34
4.2.2	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	35

4.2.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	35
4.2.4 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	36
4.2.5 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran per Bulan.....	37
4.3 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	38
4.4 Koefisien Determinasi (R^2).....	40
4.5 Uji Signifikan Secara Simultan (Uji F).....	41
4.6 Uji Signifikan Secara Parsial (Uji t).....	43
4.7 Pembahasan.....	45
4.7.1 Pengaruh Variabel Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	46
4.7.2 Pengaruh Variabel Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	47
4.7.3 Pengaruh Variabel Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	47
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	49
5.1 Kesimpulan.....	49
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	50
5.3 Saran.....	50
5.3.1 Bagi Perusahaan.....	50
5.3.2 Bagi Peneliti Selanjutnya.....	51
DAFTAR PUSTAKA.....	52
LAMPIRAN.....	55

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Definisi Operasional Variabel.....	16
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas.....	32
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	33
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	34
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	35
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	36
Tabel 4.6 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	36
Tabel 4.7 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran per Bulan.....	37
Tabel 4.8 Analisis Regresi Linier Berganda.....	38
Tabel 4.9 Koefisien Determinasi (R^2).....	41
Tabel 4.10 Hasil Uji F.....	42
Tabel 4.11 Hasil Uji t.....	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian.....	19
-------------------------------------	----

©UKDW

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Kuesioner Penelitian.....	55
Lampiran B Data Responden.....	59
Lampiran C <i>Reliability</i>	61
Lampiran D <i>Frequency Table</i>	62
Lampiran E Regresi.....	64
Lampiran F Surat Ijin Penelitian.....	65
Lampiran G Formulir Revisi.....	66

©UKDW

ABSTRAK

ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU WAKAI PADA PELAJAR DAN MAHASISWA DI YOGYAKARTA

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian sepatu merk Wakai pada pelajar dan mahasiswa di kota Yogyakarta. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan penyebaran kuesioner. Sampel dipilih dengan teknik *purposive sampling* yaitu dengan kriteria masyarakat yang pernah atau sedang menggunakan sepatu merk Wakai di kota Yogyakarta. Jumlah sampel yang terdapat dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 reponden. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Analisis ini dilakukan untuk menguji pengaruh tiga variabel bebas, yaitu citra merek, kualitas produk, dan harga terhadap variabel terikat, yaitu keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil analisis data menunjukkan bahwa Kualitas Produk dan Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian sepatu merk Wakai, sedangkan Citra Merek tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian sepatu tersebut. Nilai R^2 sebesar 0,568, artinya variabel independen yang diteliti mampu menjelaskan 56,8% dari perubahan variabel dependen, sedangkan 43,2% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah kualitas produk yang baik dan harga yang baik dikalangan konsumen akan menyebabkan meningkatnya keputusan pembelian terhadap sepatu Wakai pada pelajar dan mahasiswa di kota Yogyakarta.

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

ABSTRACT

ANALYSIS OF BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY, AND PRICE ON THE PURCHASING DECISION WAKAI SHOES OF STUDENT AND UNIVERSITY STUDENT IN YOGYAKARTA REGION

The purpose of this study is to analyze the influence of Brand Image, Product Quality, and Price on Purchasing Decision of Wakai brand shoes of student and university student in Yogyakarta region. Data collection method used is with the distribution of questionnaires. The samples were chosen by the purposive sampling technique with the wears Wakai shoes in Yogyakarta. The number of samples contained in this study is as many as 100 respondents. The method of analysis used in this study is multiple linear regression. This analysis is conducted to examine the effect of three independent variables, namely brand image, product quality, and price to dependent variable, namely purchasing decision.

Based on the results of data analysis indicate that Product Quality and Price partially have a significant effect on Buying Decision of Wakai shoes, while Brand Image has no effect on Purchasing Wakai. Value of R^2 equal to 0,568, meaning independent variable variable researched able to explain 56,8% from change of dependent variable, while 43,2% influenced by variable not studied.

The conclusion of this research is good product quality of Wakai shoes and also good price are make purchasing decision of Wakai shoes of student and university student in Yogyakarta region.

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

ABSTRAK

ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU WAKAI PADA PELAJAR DAN MAHASISWA DI YOGYAKARTA

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian sepatu merk Wakai pada pelajar dan mahasiswa di kota Yogyakarta. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan penyebaran kuesioner. Sampel dipilih dengan teknik *purposive sampling* yaitu dengan kriteria masyarakat yang pernah atau sedang menggunakan sepatu merk Wakai di kota Yogyakarta. Jumlah sampel yang terdapat dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 reponden. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Analisis ini dilakukan untuk menguji pengaruh tiga variabel bebas, yaitu citra merek, kualitas produk, dan harga terhadap variabel terikat, yaitu keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil analisis data menunjukkan bahwa Kualitas Produk dan Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian sepatu merk Wakai, sedangkan Citra Merek tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian sepatu tersebut. Nilai R^2 sebesar 0,568, artinya variabel independen yang diteliti mampu menjelaskan 56,8% dari perubahan variabel dependen, sedangkan 43,2% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah kualitas produk yang baik dan harga yang baik dikalangan konsumen akan menyebabkan meningkatnya keputusan pembelian terhadap sepatu Wakai pada pelajar dan mahasiswa di kota Yogyakarta.

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

ABSTRACT

ANALYSIS OF BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY, AND PRICE ON THE PURCHASING DECISION WAKAI SHOES OF STUDENT AND UNIVERSITY STUDENT IN YOGYAKARTA REGION

The purpose of this study is to analyze the influence of Brand Image, Product Quality, and Price on Purchasing Decision of Wakai brand shoes of student and university student in Yogyakarta region. Data collection method used is with the distribution of questionnaires. The samples were chosen by the purposive sampling technique with the wears Wakai shoes in Yogyakarta. The number of samples contained in this study is as many as 100 respondents. The method of analysis used in this study is multiple linear regression. This analysis is conducted to examine the effect of three independent variables, namely brand image, product quality, and price to dependent variable, namely purchasing decision.

Based on the results of data analysis indicate that Product Quality and Price partially have a significant effect on Buying Decision of Wakai shoes, while Brand Image has no effect on Purchasing Wakai. Value of R^2 equal to 0,568, meaning independent variable variable researched able to explain 56,8% from change of dependent variable, while 43,2% influenced by variable not studied.

The conclusion of this research is good product quality of Wakai shoes and also good price are make purchasing decision of Wakai shoes of student and university student in Yogyakarta region.

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

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Alas kaki merupakan salah satu kebutuhan primer manusia yang harus terpenuhi. Masyarakat di seluruh lapisan dunia pasti mengenakan sepatu untuk menunjang aktivitas keseharian mereka. Kini, manusia mengikuti trend-trend yang serba modis, salah satunya yaitu perkembangan sepatu. Semakin banyak perusahaan-perusahaan sepatu yang terus bermunculan dengan menghadirkan berbagai macam model serta fungsi untuk kebutuhan masing-masing orang. Hal tersebut berdampak pada persaingan bisnis yang ada di Indonesia agar semakin inovatif dan terus berkarya dalam mengembangkan industri sepatu ini.

Salah satunya adalah bisnis sepatu, di kalangan masyarakat produk yang berkualitas yaitu yang mempunyai merek sepatu yang terkenal dengan harga yang relatif mahal. Sepatu dengan merek yang terkenal merupakan kunci utama dalam memenangkan persaingan bisnis yang pada akhirnya akan dapat memberikan nilai kepuasan tersendiri kepada pelanggan.

Persaingan di bisnis sepatu ini sangat kompetitif sekali. Perusahaan sepatu Wakai yaitu perusahaan yang memiliki beberapa toko di berbagai wilayah daerah di Indonesia memiliki banyak peminat dari masyarakat karena keunikan dari sepatu Wakai sendiri. Sepatu yang lagi *trend* di semua kalangan ini menjadi daya tarik karena berbagai macam model dan pilihan yang warna warni untuk memikat hati para pelanggannya. Serta sepatu berbahan kanvas ini cocok digunakan untuk semua kalangan mulai dari anak kecil hingga orang dewasa, hal ini karena sepatu Wakai tidak

menggunakan tali pada sepatunya, Sehingga, nyaman dan terasa ringan saat dipakai. Banyak merek sepatu lain yang meniru model sepatu Wakai, Namun, tentu saja dengan harga yang sangat berbeda dan dengan kualitas produk yang berbeda pula. Tentu saja itu terserah para konsumen ingin membeli produk dengan merek dan kualitas yang mana.

Sepatu Wakai merupakan produk buatan Indonesia yang terinspirasi dari *fashion* yang berada di Jepang dan pertama kali diperkenalkan pada tahun 2012 yang didesain oleh seniman Jepang, berbekal sentuhan tangan asing tersebut, mereka pun mencantumkan embel-embel *Made Of Japan*. Wakai hadir sebagai *fashion lifestyle* khususnya untuk sepatu yang nyaman dan casual. Wakai menawarkan tiga kategori sepatu, yaitu yang hanya didominasi satu warna, lalu ada *two-tone*, serta *three-tone* di mana sepatu ini mempunyai dua sampai tiga warna yang tidak sama, serta Wakai memiliki koleksi lain yang tak kalah menarik yaitu *boots*, *wedges*, dan *flat shoes*.

Meluncur pada tahun 2012, *trend* penjualan Wakai naik dengan rata-rata 40%. Hendrik mengemukakan sepanjang tahun 2012, *brand* sepatu Wakai yang terinspirasi dari gaya hidup Jepang ini telah menjadi fenomena di dunia *fashion*. Mereka mengeluarkan 35 ribu pasang sepatu setiap bulan. Mereka hadir sebagai pesaing Toms. Toms merupakan perusahaan di industri sepatu yang hadir sejak 2006, pembuat sepatu asal Santa Monica, California, ini jadi patokan model sepatu kanvas. Sejak Wakai meluncur di industri sepatu, Toms mempunyai saingan bisnis karena sepatu yang ditawarkan Wakai dan Toms mempunyai harga yang berbeda. Tentu saja dengan harga yang berbeda ini, konsumen menginginkan harga yang terjangkau, dilihat dari segi harga sepatu Wakai lebih terjangkau dibanding Toms.

Perusahaan juga memerlukan informasi tentang faktor-faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian suatu produk. Salah satu faktor yang turut berperan dalam pengambilan keputusan pembelian konsumen adalah Citra Merek. Citra Merek merepresentasikan keseluruhan persepsi terhadap merek dan dibentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap merek itu. Merek Wakai adalah merek yang cukup terkenal di kalangan penggemar sepatu. Maka, konsumen pun pasti tidak ragu dalam membeli. Pengalaman konsumen baik secara langsung atau tidak langsung dalam berhubungan dengan penyedia jasa atau produk, akan mempengaruhi citra dari penyedia tersebut. Jika konsumen merasakan citra yang bagus maka niat berperilaku mereka adalah positif seperti: keinginan untuk membeli ulang pada merek yang sama, meningkatkan pembelian dan berkeinginan untuk merekomendasikan merek tersebut kepada orang lain. Sehingga, dapat dikatakan bahwa merek yang memiliki citra positif akan lebih memungkinkan konsumen untuk melakukan keputusan pada produk tersebut.

Selain dari Citra Merek, faktor lain yang juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas produk. Pada faktor kualitas produk, perusahaan harus benar-benar memikirkan jenis bahan-bahan yang akan mereka pakai untuk memproduksi sepatu supaya produk sepatu Wakai memiliki kualitas yang baik dimata konsumen. Wakai memiliki kualitas produk yang baik dikarenakan Wakai menggunakan bahan dasar yang baik dan mesin yang canggih, oleh sebab itu sepatu Wakai sangat ringan dan nyaman digunakan. Menurut Kotler (2005:49), "Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan/ tersirat".

Faktor terakhir yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga. Pada faktor yang satu ini, perusahaan harus dapat menentukan berapa harga yang ditawarkan agar meningkatkan keputusan pembelian oleh konsumen. Salah dalam menentukan harga akan mengakibatkan konsumen enggan untuk membeli, sedangkan menetapkan harga yang terlalu rendah menyebabkan produsen mendapat keuntungan yang terlalu sedikit. Maka dari itu harga juga harus dipikirkan dengan menghitung bahan-bahan yang dipakai dalam pembuatan sepatu Wakai.

Dalam hal keputusan pembelian sepatu Wakai, penulis sendiri juga punya pengalaman pribadi mengenai keputusan pembelian sepatu Wakai. Penulis sendiri juga menyukai dan memakai produk dari Wakai tersebut. Dan penulis sangat suka dengan sepatu Wakai karena selain kombinasi warna yang lucu, sepatu Wakai tidak mudah rusak dan sangat nyaman dipakai. Penulis juga sadar dengan harga yang relatif mahal, konsumen juga merasa puas dengan kualitas produk yang bagus serta merek Wakai yang cukup terkenal di kalangan masyarakat menambah kepercayaan penulis untuk membeli produk Wakai tersebut.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian yang dituangkan dalam bentuk skripsi dengan judul “ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU WAKAI DI YOGYAKARTA”.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah di atas, maka yang jadi perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

- a. Bagaimanakah pengaruh Citra Merek terhadap keputusan pembelian sepatu Wakai?
- b. Bagaimanakah pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian sepatu Wakai?
- c. Bagaimanakah pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian sepatu Wakai?
- d. Bagaimanakah pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian sepatu Wakai?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

- a. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Citra Merek terhadap keputusan pembelian sepatu Wakai.
- b. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian sepatu Wakai.
- c. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian sepatu Wakai.
- d. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian sepatu Wakai.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

a. Bagi Perusahaan

Dengan adanya penulisan ini, Perusahaan Wakai dapat mengetahui faktor terbesar konsumen ketika akan membeli suatu produk sehingga perusahaan dapat memahami kebutuhan atau keinginan konsumen.

b. Bagi Universitas Kristen Duta Wacana

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pengembangan ilmu Manajemen Pemasaran serta sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya dan bisa memberikan informasi yang positif bagi Universitas Kristen Duta Wacana.

c. Bagi Penulis

Dengan adanya tulisan ini, penulis dapat mengetahui faktor apa saja yang dapat di pertimbangkan dalam keputusan pembelian sepatu. Selain itu, penulis dapat mengembangkan kemampuannya dalam melakukan penelitian.

d. Bagi Masyarakat

Supaya masyarakat dapat mengetahui hal-hal apa saja yang harus diperhatikan dalam pengambilan keputusan pembelian sepatu Wakai.

1.5 Batasan Penelitian

Agar masalah yang diteliti oleh penulis tidak terlalu luas, serta keseluruhan kegiatan penelitian menjadi lebih fokus. Maka penulis menetapkan batasan-batasan masalah sebagai berikut :

a. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- i. Variabel Independen : Citra Merek, Kualitas Produk, Harga sepatu Wakai.
- ii. Variabel Dependen : Keputusan Pembelian sepatu Wakai.

b. Responden Penelitian

- i. Responden yang dilibatkan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang terdiri dari pelajar dan mahasiswa yang pernah membeli sepatu Wakai.
- ii. Tempat penelitian dilakukan di Yogyakarta.
- iii. Profil konsumen terdiri dari :
 - a) Jenis Kelamin
 - b) Usia
 - c) Pekerjaan
 - d) Pendidikan

c. Periode Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret hingga Agustus tahun 2018.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis mengenai Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Wakai di Yogyakarta, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- a. Variabel Citra Merek secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Wakai di Yogyakarta. Karena tingkat signifikansi $0,054 > 0,05$ maka hal ini menunjukkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak.
- b. Variabel Kualitas Produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Wakai di Yogyakarta. Karena tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ maka hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.
- c. Variabel Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Wakai di Yogyakarta. Karena tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ maka hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.
- d. Variabel Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Wakai di Yogyakarta. Karena tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ maka hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, antara lain :

- a. Jumlah responden masih sangat terbatas sehingga hasil penelitian masih belum bersifat umum.
- b. Dalam penelitian ini hanya meneliti variabel Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga yang mempengaruhi Keputusan Pembelian, padahal masih ada banyak faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi variabel Keputusan Pembelian.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian, saran yang dapat peneliti berikan adalah sebagai berikut :

5.3.1 Bagi Perusahaan

Studi ini disarankan dapat memberikan pemahaman pada penyebab keputusan pembelian terhadap sepatu Wakai. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda mengenai keputusan pembelian maka saran yang dapat diberikan oleh penulis adalah sebagai berikut :

1. Variabel citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu merek Wakai, namun demikian citra positif dari merek sepatu Wakai tetap harus terus dibangun, karena menurunnya citra merek akan dapat mengakibatkan kurang baiknya reputasi perusahaan.
2. Kualitas produk harus dipertahankan bahkan ditingkatkan lagi dengan menyesuaikan keinginan dan kebutuhan dari konsumen sepatu Wakai agar konsumen merasa puas, sehingga akan menciptakan keputusan untuk melakukan pembelian kembali.

3. Harga dari sepatu Wakai berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian sehingga perusahaan harus menjaga harga yang ditawarkan kepada konsumen, agar tetap terjangkau, memiliki daya saing, karena mengingat persaingan yang cukup ketat pada industri sepatu.

5.3.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

Adapun saran yang diberikan oleh penulis untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut :

1. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah profil responden penelitian, agar dapat memberikan informasi responden lebih lengkap.
2. Diharapkan variabel penelitian yang dilakukan oleh peneliti selanjutnya lebih banyak agar dapat mengetahui dengan lebih baik faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian sepatu Wakai mengingat penelitian ini variabel yang diteliti sangat terbatas.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. & Alexander L. Biel. 1993. **Brand Equity & Advertising, Advertising's Role in Building Strong Brands**. New York: Psychology Press.
- Aaker, Biel. 2010. **Manajemen Ekuitas Merek**. Spektrum. Jakarta.
- Alma, Buchari. 2014. **Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa**. Alfabeta. Bandung.
- Baskoro. 2015. **Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah**. Cetakan I. Satu Nusa. Bandung.
- Ghozali, I. 2005. **Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS**. Semarang. Badan Penerbit. Universitas Diponegoro.
- Goets dan Davis. 2003. **Kualitas dalam Consumer Behavior**. Edisi kedua. Erlangga. Yogyakarta.
- Indri Hastuti. **Analisi Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpatu di Yogyakarta**. Vol II. Akademi Manajemen Administrasi YPK. Yogyakarta.
- Kotler & Armstrong. 2001. **Dasar-Dasar Pemasaran**. Jilid 1. Edisi Bahasa Indonesia dari Principles of Marketing. Terjemahan oleh Alexander Sindoro. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Gary Armstrong. 2008. **Prinsip-Prinsip Pemasaran**. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Keller. 2012. **Manajemen Pemasaran**. Edisi 12. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2002. **Manajemen Pemasaran**. Edisi Milenium, Jilid 1. Prenhallindo. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2005. **Prinsip-prinsip Pemasaran**. Jilid I. Erlangga. Jakarta.

- Kotler, Philip, dan Kevin L. Keller. 2000. **Manajemen Pemasaran**. PT. Prenhallindo. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. 2008. **Marketing Management**. Edisi ke -14. Global Edition. Pearson Pentice Hall.
- McCarthy, Jerome, E.; Perreault, William D. 2003. **Dasar-dasar Pemasaran**. Edisi kelima, alih Bahasa : Agus Darma. Erlangga. Jakarta.
- Michael H. Walizer & Paul L Wienir. 2014. **Metode dan Analisis Penelitian: Mencari Hubungan**. Jilid 2. Erlangga. Jakarta.
- Mudrajad Kuncoro. 2013. **Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi**. Edisi ke -4. Erlangga. Yogyakarta.
- Mursid, M. 2014. **Manajemen Pemasaran**. Bumi Askara. Jakarta.
- Nanda Octavia. 2016. **Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Gadget di Toko Suryaphone Samarinda**. Unmul.
- Nugroho Setiadi J. 2003. **Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Bisnis Pemasaran**. Prenada Media, Jakarta.
- Ridwan Adji Baskoro. 2015. **Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Adidas**. Universitas Dian Niswantoro. Semarang.
- Saladin. 2002. **Manajemen Pemasaran**. PT. Linda Karya Bandung.
- Samad, Abdul dan Imam Wibowo. 2016. **“Pengaruh Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Specs Di Kota Bekasi”**. Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana Vol. 4 No. 3 2016.
- Schiffman dan Kanuk. 2007. **Perilaku Konsumen**. Edisi kedua. PT. Indeks Gramedia. Jakarta.

Schiffman dan Kanuk. 2009. **Perilaku Konsumen**. Edisi 9. Pearson Prentice Hall.

Shafa, Yemiza Almas, Peggy Heriawan. 2004. **Pengaruh Brand Image, terhadap Keputusan Pembelian Produk Adidas Original di Kota Bandung**.

Sugiyono. 1997. **Statistika Untuk Penelitian**. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2005. **Metode Penelitian Bisnis**. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2006. **Metode Penelitian Bisnis**. Cetakan kesembilan. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2007. **Statistika Penelitian**. Bandung: Alfabeta.

Susanto, Christian. 2004. **“Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen pada Makanan Tradisional”**. Jurnal EMBA. Vol. 1, No. 3, September.

Swastha, Basu. 2010. **Manajemen Penjualan: Pelaksanaan Penjualan**. BPFE Yogyakarta.

Swastha Basu dan Irwan, Herry. 2007. **“Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Galaxy Series”**. Jurnal UG. Vol. 7, No. 5.

Swastha, Handoko. 2011. **Pengantar Bisnis Modern**. Liberty offset. Yogyakarta.

Tjiptono, Fendi. 2001. **Strategi Pemasaran**, Andi Ofset. Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. 2008. **Strategi Pemasaran**. Edisi Ketiga. Andi. Yogyakarta.

-----<https://www.konsistensi.com/2013/03/uji-validitas-data-dengan-correlated.html>

-----<https://www.konsistensi.com/2013/04/uji-reliabilitas-data-dengan-spss.html>

-----<https://www.wakaishoes.jp/gyou/index.php>

-----<http://www.metroxonline.com/>