

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, INOVASI
PRODUK, DAN EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPATU DIADORA**

(Studi pada Konsumen di Purwokerto)



SKRIPSI

RAHMAT SANTOSO

1802010088

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO**

2023

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, INOVASI
PRODUK, DAN EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPATU DIADORA**

(Studi pada Konsumen di Purwokerto)



SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mendapat Gelar
Sarjana Manajemen S1

RAHMAT SANTOSO

1802010088

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO**

2023

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, INOVASI
PRODUK, DAN EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPATU DIADORA**

(Studi pada Konsumen di Purwokerto)



SKRIPSI

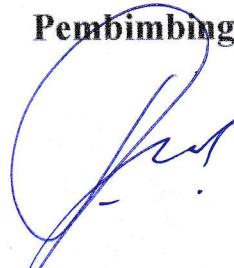
Oleh:

RAHMAT SANTOSO

1802010088

Diterima dan disetujui oleh:

Pembimbing



Totok Haryanto, S.E., M.M.

NIK. 2160729

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh:

Nama : Rahmat Santoso
NIM : 1802010088
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul : **Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Inovasi Produk dan Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Diadora (Studi pada Konsumen di Purwokerto).**

Telah berhasil di pertahankan di hadapan dewan penguji dan di terima sebagai bagian persyaratan yang di perlukan untuk memperoleh gelar sarjana manajemen pada program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

DEWAN PENGUJI

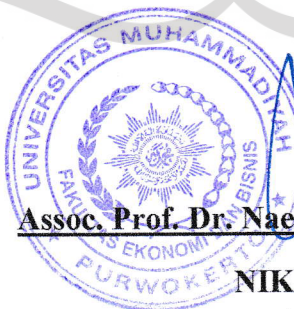
Ketua : Totok Haryanto, S.E., M.M.
Anggota 1 : M. Agung Miftahuddin, S.E., M.Si
Anggota 2 : Alfalisyado, S.E., Sy., M.E.

Di tetapkan di Purwokerto

Tanggal: 18 Agustus 2023

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Assoc. Prof. Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si

NIK. 2160187

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rahmat Santoso
NIM : 1802010088
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya dan semua baik yang dikutip maupun dirujuk saya nyatakan dengan benar serta bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dan apabila kelak di kemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, saya bersedia mempertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 18 Agustus 2023

Yang membuat pernyataan



Rahmat Santoso

HALAMAN PERNYATAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rahmat Santoso
NIM : 1802010088
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Jenis Karya : Skripsi

Menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-Exclusive Royalti-Free Right*) kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Inovasi Produk, dan Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen di Purwokerto)

Beserta perangkat yang ada (jika di perlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Dibuat di : Purwokerto

Pada tanggal : 18 Agustus 2023

Yang menyatakan



Rahmat Santoso

✓

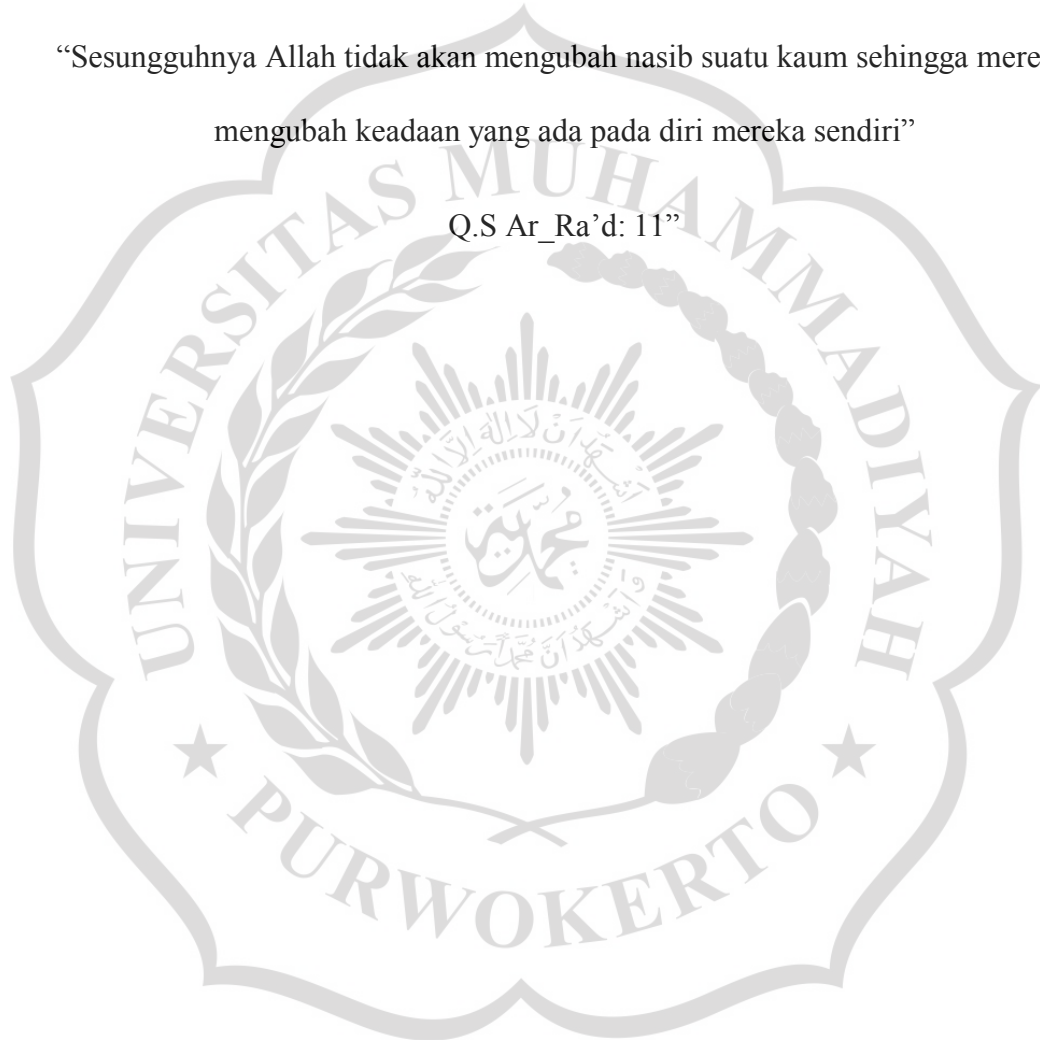
MOTTO

“Jangan bertanya kamu dimana, tanyakan pada dirimu sendiri. Karena Tuhan mu tidak membutuhkan mu”

“Rahmat Santoso”

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah nasib suatu kaum sehingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri”

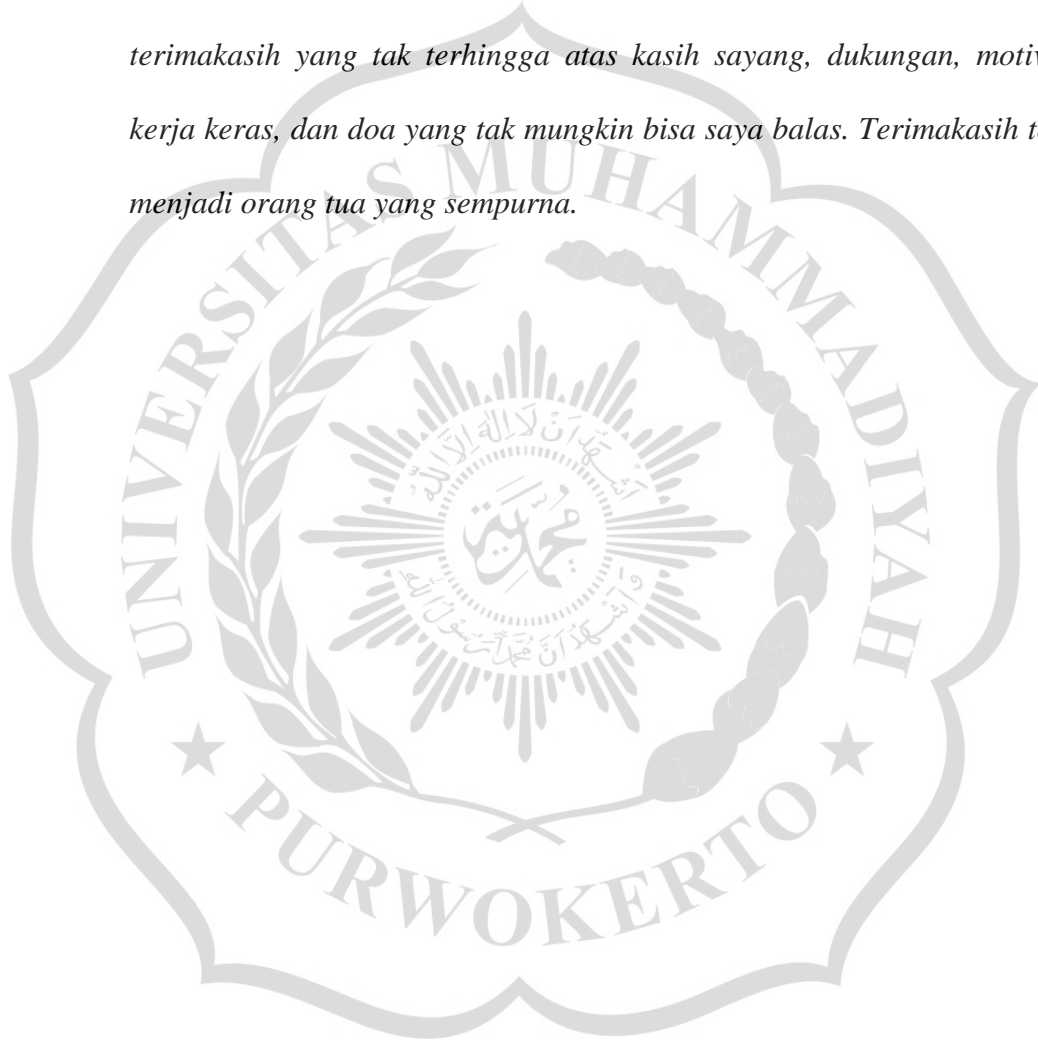
Q.S Ar_Ra'd: 11”



PERSEMBAHAN

Saya persembahkan skripsi ini kepada:

Ayah dan ibu tercinta sebagai tanda sayang, bakti, hormat dan terimakasih yang tak terhingga atas kasih sayang, dukungan, motivasi, kerja keras, dan doa yang tak mungkin bisa saya balas. Terimakasih telah menjadi orang tua yang sempurna.



KATA PENGANTAR

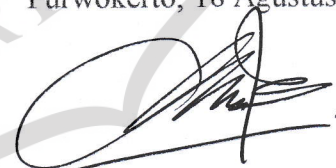
Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini, oleh karena itu, saya mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. Jebul Suroso, S.Kep., Ns., M.Kep selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
2. Assoc. Prof. Dr. Hj. Naelati Tubastuvi, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya.
3. Drs. Suyoto, M.Si., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah memberikan berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya.
4. Totok Haryanto S.E., MM selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
5. M. Agung Miftahuffin, S.E., M.Si dan Alfalisyado Sy., M.E. selaku Dosen Penguji saya yang selalu memberikan saran yang sangat membangun sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

6. Yudhistira Pradhipta Aryoko S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan dukungan dan arahan selama masa studi.
7. Bapak/Ibu dosen, seluruh staf dan karyawan tata usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama saya menimba ilmu di bangku perkuliahan dan atas segala bantuan dalam bentuk pelayanan serta fasilitas yang diberikan.
8. Kedua orang tua yang telah memberikan bantuan dukungan material, nonmaterial, motivasi, dan doa sehingga dapat menyelesaikan studi sesuai dengan target dan rencana.

Kesempurnaan itu hanya milik Allah SWT, saya menyadari bahwa skripsi ini banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari semua pihak untuk perbaikan skripsi ini. Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Purwokerto, 18 Agustus 2023



Penulis

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, INOVASI
PRODUK, DAN EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPATU DIADORA**
(Studi pada Konsumen di Purwokerto)

Rahmat Santoso¹, Totok Haryanto²

^{1 2} Fakultas Ekonomi dan Bisnis

^{1 2} Universitas Muhammadiyah Purwokerto

E-mail: rahmatsantoso.rs15@gmail.com, feb.ump.th@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh antara kualitas produk, citra merek inovasi produk, dan ekuitas merek terhadap keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen sepatu Diadora di kota Purwokerto. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel *non probability sample* dengan metode *purposive sampling*. Sampel penelitian sebanyak 107 responden. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji statistik deskriptif, uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, koefisien determinasi dan uji hipotesis. Hasil analisis uji t menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, inovasi produk berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian dan ekuitas merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: citra merek, ekuitas merek, inovasi produk, keputusan pembelian, kualitas produk

THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, BRAND IMAGE, PRODUCT INNOVATION, AND BRAND EQUITY ON THE PURCHASE DECISION OF DIADORA SHOES

(Study on Consumers in Purwokerto)

Rahmat Santoso¹, Totok Haryanto²

^{1,2}*Faculty of Economics and Business*

^{1,2}*University of Muhammadiyah Purwokerto*

E-mail: ¹rahmatsantoso.rs15@gmail.com, ²feb.ump.th@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of product quality, brand image, product innovation, and brand equity on purchasing decisions. The population in this study are consumers of Diadora shoes in the city of Purwokerto. This research uses quantitative methods with non-probability sampling techniques using purposive sampling methods. The research sample is 107 respondents. The research method used in this research is descriptive statistical test, instrument test, classical assumption test, multiple regression analysis, coefficient of determination and hypothesis testing. The results of the t test analysis show that product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions, brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions, product innovation has no significant negative effect on purchasing decisions and brand equity has a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: brand image, brand equity, product innovation, purchasing decisions, product quality

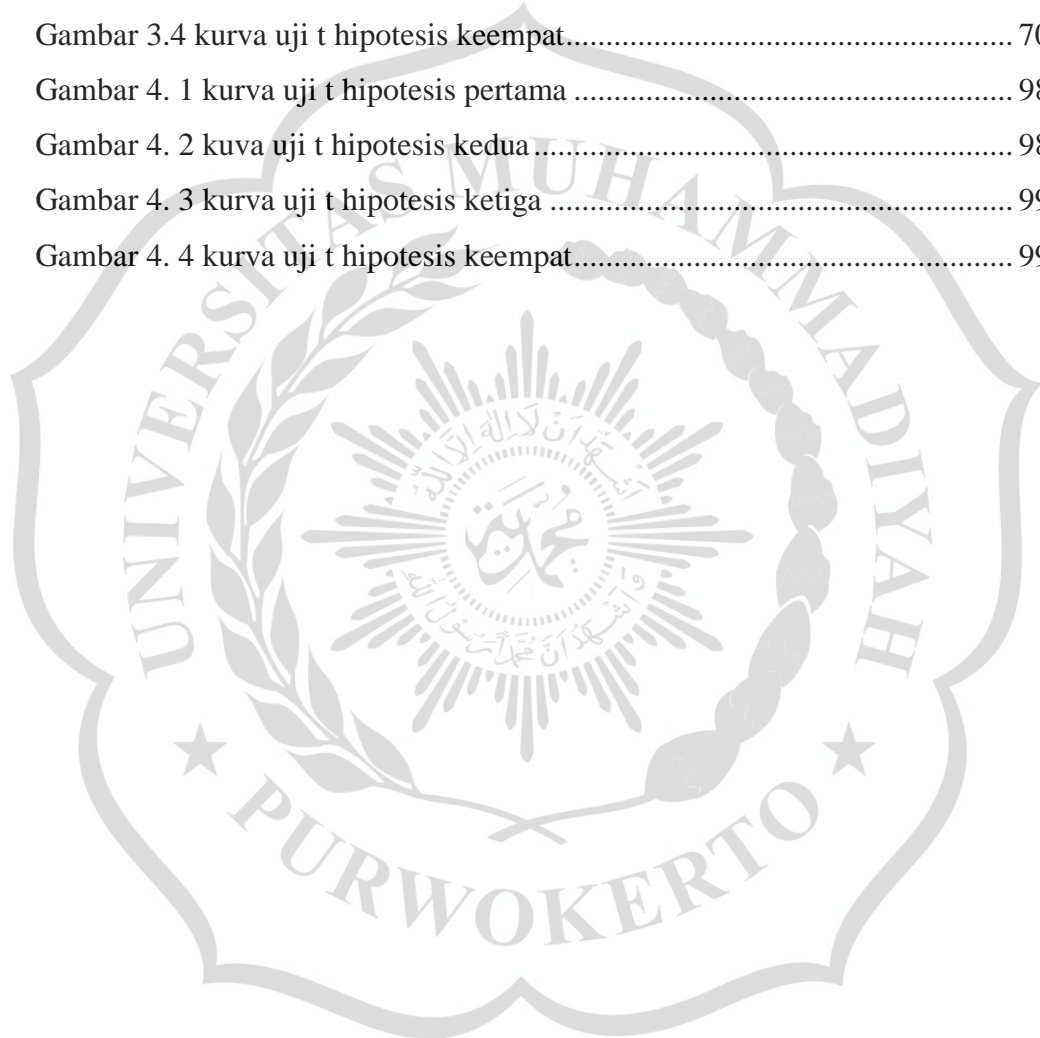
DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK.....	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
DAFTAR ISI.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar belakang	1
B. Rumusan masalah.....	10
C. Pembatasan masalah.....	10
D. Tujuan penelitian.....	10
E. Manfaat penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
A. Landasan Teori	13
1. Keputusan pembelian	13
2. Kualitas produk	20
3. Citra Merek.....	25
4. Inovasi produk.....	27
5. Ekuitas Merek.....	33
B. Penelitian Terdahulu.....	36
C. Kerangka pemikiran	46
D. Hipotesis	50
BAB III METODE PENELITIAN.....	51
A. Jenis penelitian	51
B. Populasi dan Sampel.....	51
C. Jenis,Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	54
D. Variabel penelitian	54

E.	Definisi operasional variabel.....	55
F.	Metode Analisis Data	59
G.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	62
H.	Uji kecocokan model.....	63
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		71
A.	Hasil penelitian.....	71
1.	Gambaran umum sepatu Diadora	71
2.	<i>Response rate</i>	72
3.	Karakteristik responden.....	73
4.	Analisis data	76
5.	Uji instrumen.....	84
6.	Uji asumsi klasik	88
7.	Analisis regresi linier berganda	92
8.	Uji kecocokan model.....	94
9.	Pengujian hipotesis secara parsial (uji-t).....	96
B.	Pembahasan	101
BAB V PENUTUP.....		106
A.	Kesimpulan	106
B.	Keterbatasan.....	106
C.	Saran.....	107
DAFTAR PUSTAKA		111

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka pemikiran	49
Gambar 3.1 kurva uji t hipotesis pertama	67
Gambar 3.2 Kurva uji t hipotesis kedua.....	68
Gambar 3.3 kurva uji t hipotesis ketiga	69
Gambar 3.4 kurva uji t hipotesis keempat.....	70
Gambar 4. 1 kurva uji t hipotesis pertama	98
Gambar 4. 2 kuva uji t hipotesis kedua.....	98
Gambar 4. 3 kurva uji t hipotesis ketiga	99
Gambar 4. 4 kurva uji t hipotesis keempat.....	99



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top <i>Brand Index</i>	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	36
Tabel 3.1 Keputusan Pembelian.....	56
Tabel 3.2 Kualitas Produk.....	56
Tabel 3.3 Citra Merek	57
Tabel 3.4 Inovasi Produk	57
Tabel 3.5 Ekuitas Merek	58
Tabel 4. 1 Respon Rate	72
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden	73
Tabel 4. 3 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Kualitas Produk.....	77
Tabel 4. 4 Hasil Analisis Staistik Deskriptif Citra Merek.	78
Tabel 4. 5 Hasil Analisis Deskriptif Inovasi Produk.....	80
Tabel 4. 6 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Ekuitas Merek	81
Tabel 4. 7 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian.....	83
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	85
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Citra Merek	85
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Inovasi Produk	86
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Ekuitas Merek	86
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	87
Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas.....	88
Tabel 4. 14 Hasil Uji Normalitas	89
Tabel 4. 15 Hasil Uji Multikolonieritas	90
Tabel 4. 16 Hasil Uji Heteroskedastisitas	91
Tabel 4. 17 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	92
Tabel 4. 18 Hasil Uji F.....	95
Tabel 4. 19 Hasil Uji Determinasi.....	96
Tabel 4. 20 Hasil Uji t.....	97
Tabel 4.21 Rekapitulasi Hasil Pengujian Hipotesis	100